

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA
KATEDRA MANAGEMENTU

Cestování za kulinářskými zážitky
Culinary travel experiences

Student:

Petra Habartová

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Ingrid Ilčíková

Ostrava 2013

Zadání bakalářské práce

Student: **Petra Habartová**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6501R006 Ekonomika cestovního ruchu
Specializace: 02 Ekonomika cestovního ruchu
Téma: Cestování za kulinařskými zážitky
Culinary Travel Experiences

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska kulinařského turismu
3. Gastronomie v České republice
4. Návrh tematického zájezdu
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

BUREŠOVÁ, Pavla a Blanka ZIMÁKOVÁ. *Gastronomické služby – servis*. Praha: Vysoká škola hotelová, 2008. ISBN 978-80-86578-86-6.

FREEDMAN, Paul. *Jídlo: dějiny chuti*. Praha: Mladá fronta, 2008. ISBN 978-80-204-1847-0.


ORSÁKOVÁ, Štěpánka a Eva OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. Brno: B4U, 2010. ISBN 978-80-87222-12-6.

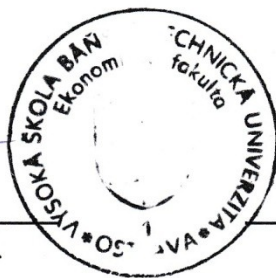
Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Ingrid Ilčíková**

Datum zadání: 23.11.2012

Datum odevzdání: 10.05.2013


Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Místopřísežné prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Uherském Hradišti

10. května 2013



Petra Habartová

Tímto bych chtěla poděkovat paní Ing. Ingrid Ilčíkové za metodickou pomoc, cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěla k vypracování této práce.

Obsah

1. Úvod	4
2. Teoretická východiska kulinářského turismu	6
2.1. Vymezení kulinářského turismu	6
2.2. Vývoj gastronomie	7
2.3. Současná světová a evropská gastronomie	9
2.4. Narůstající zájem o gastronomii	10
2.5. Světové organizace se zaměřením na rozvoj cestovního ruchu a místní gastronomii.....	11
2.5.1. Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO).....	13
2.6. Světové kuchyně	15
2.6.1 Nejvyhledávanější destinace z pohledu gastronomie.....	16
3. Gastronomie v České republice	21
3.1 Tradiční česká kuchyně.....	22
3.2 Pivo	25
3.2.1 Typy kam si zajít za výrobou a historií piva	25
3.2.2 Typy kam si zajít za nejlepším točeným pivem v Praze	26
3.3 Víno.....	27
3.4 Organizace cestovního ruchu působící na rozvoj kulinářského turismu.....	27
3.4.1 Gastronomické asociace v České republice	28
3.5 Průvodci českou gastronomií	29
3.5.1 Průvodce po tuzemských restauracích GRAND RESTAURANT	29
3.5.2 Projekty Pavla Maurera	31
3.5.3 Průvodce gastronomií, projekt Czech specials.....	31
3.5.4 Projekt stezky dědictví	32
3.6 Ekonomické ukazatele stravování a pohostinství v ČR	32
4. Návrh tematického zájezdu.....	37
4.1 Sestavení zájezdu	37
4.1.1 Popis tematiky zájezdu, cílový segment	37
4.1.2 Tvorba produktu	38
5. Závěr	53
Seznam použité literatury	55
Seznam zkratk	61

1. Úvod

Zajisté je nespornou výhodou psát o tématu, ke kterému má člověk blízko a jež se ho dotýká. Už od dětských let jsem byla neustále v kuchyni a snažila se pomáhat s jídlem pro rodinu či návštěvy a tato vášně pro jídlo a radost z každého sousta se mě drží dodnes. Jídlo je pro mě dar a tak k němu také přistupuji. Nenechám si ujít žádnou příležitost k ochutnání různých specialit, i když ne vždy bych to nazvala zážitkem, neboť jak se říká „sto lidí sto chutí“.

Cestování rozvíjí osobnost člověka, tak jako poskytuje možnost si utvořit náhled na svět. Cestovat a naslouchat lidem, kteří mají poznatky z návštěv odlišných kultur je cesta za poznáním kvalit a mravů dané země, kulturního a gastronomického dědictví.

Téma zaměřené na gastronomii jsem si zvolila i proto, abych se mohla blíže seznámit s jedním z velkých trendů v cestování. Zájem o kulinářský turismus je zřejmý po celém světě a považuje se za nejdynamičtější se rozvíjející odvětví cestovního ruchu. Navyšující se zájem o tento druh cestování je způsobený tím, že lidé s růstem životní úrovně touží po prožívání nevšedních zážitků a získávání nových zkušeností. Je tedy zapotřebí je blíže seznámit s místní kulturou a zvyklostmi. Nabízení standardních služeb dále nestačí.

Jaké informace jsou pro danou tematiku zajímavé a co by kulinářští nadšenci rádi zažili při svých toulkách za gastronomickými požitky? Tato otázka je pro mne stěžejní a bude mým návodem pro poskytnutí ucelených informací a zároveň mi poznatky získané při psaní budou sloužit při sestavení gastronomického zájezdu v tom správném kulinářském duchu. Pokusím se najít ve své tvorbě zájezdu takový způsob, jenž přinese zážitky, uvolnění a novou energii do dalších dnů.

Gastronomie má velký význam z různých hledisek. Z toho ekonomického pohledu je přínos ze stravování a pohostinství nezanedbatelný. Platební saldo cestovního ruchu v České republice díky devizovým příjmům z cestovního ruchu v přebytku. Na příjmech z cestovního ruchu se gastronomie podílí ve velké míře, neboť je hlavní součástí tohoto oboru. Tato oblast podnikání je náročná na počty zaměstnanců a proto se nabízí nová pracovní místa. Od roku 2007 se otevřel Schengenský prostor v rámci Evropské unie. Zmiňuji to proto, že se lidem otevřely cesty k pohodlnějšímu a rychlejšímu cestování.

Vystavily se nové dálnice, které navazují na ty evropské, zdokonaluje se logistika letišť, rozšířily se železniční spoje. Infrastruktura se stále rozvíjí, tak jako kultura, bankovníctví, stavebnictví. Oblast cestovního ruchu se aktivně podílí na rozvoji České republiky a gastronomie jako její nedílná součást zde hraje důležitou roli.

Základem pro vypracování bakalářské práce je rozhodnutí, na jaké téma psát. Poté bude nutné sestavit osnovu odpovídající tématu a názvu. Návštěvou městské a školní knihovny si vyhledám knižní publikace, které se nejvíce hodí k osnově. Internetové zdroje také nabízí mnoho zajímavých informací a aktualit k mému tématu cestování za kulinářskými zážitky. Taktéž různorodé projekty či asociace cestovního ruchu poskytují na svých webových stránkách důležité údaje k podpoře kulinářského turismu. První bod osnovy je úvod, kde vysvětlím, proč mám zájem o zvolené téma a popíši postup zpracování bakalářské práce. Ve druhé části nazvané teoretické východiska kulinářského turismu se zaměřím na vymezení kulinářského turismu, popíši vývoj gastronomie od antiky až po novodobé mistry své profese. Charakterizuji asociace specializované na propagaci kulinářské turistiky. Ve třetím bodě nazvaném gastronomie v České republice se zaměřím na hlavní rysy české kuchyně, projekty pro rozvoj naší kulinářské turistiky a v poslední části tohoto bodu se chci zabývat ekonomickými ukazateli pro stravování a pohostinství. Praktická část mé bakalářské práce bude tvořit návrh zájezdu. Hlavní program tematického zájezdu je orientován na kulinářské zážitky a doplňkový program slouží k poznání kulturního dědictví dané lokality. Návrh zájezdu bude zaměřen na Českou republiku. Účelem návrhu zájezdu je vytvořit kulinářský balíček služeb, který se zaměří na gastronomickou oblast Morava. Utříděný popis tvorby zájezdu bude popsán v podkategorii sestavení zájezdu.

2. Teoretická východiska kulinařského turismu

Na našich cestách chceme vytěžit maximum zážitků z místa pobytu, a právě kulinařský turismus nám dává šanci, jak si vychutnat dané místo z jiného pohledu. Během přípravy a konzumace jídla se utváří prostor k povídání o historii, tradicích, kultuře, o odlišnostech a podobně. Avšak celý den bychom pouze jíst nezvládli a tak je nedílnou součástí navštívit historické, kulturní nebo přírodní atrakce dané lokality. [12]

V Evropě nalezneme různé národnostní restaurace. Návštěvou restaurace, která podává pro nás netypické pokrmy dokazujeme, že se zajímáme o novou kuchyni, necháváme své chuťové pohárky okusit pokrmy, ze kterých se můžeme inspirovat při našem vaření. Restaurace je příjemnou příležitostí k vyjádření pocitů a názorů na dané jídlo a zároveň vede ke vzniku nového kulinařského zážitku. [4]

Spousta exotických pokrmů nás nabádá k tomu je ochutnat, ale na druhou stranu jsme konzervativní a obáváme se z neznámého. „*Tento rozpor se nazývá podle sociologa Claude Fischelera a psychologa Paula Rozin „všežravým paradoxem“.* [4, str. 266]

2.1. Vymezení kulinařského turismu

Kulinařský cestovní ruch je popisován jako snaha o jedinečný a nezapomenutelný zážitek z konzumace jídla a pití. Je o tom, co je jedinečné, autentické, nezapomenutelné a pocházející ze specifických regionů. Přímou se opírá o místní zemědělce, rybáře, místní pivovary, vinařství a všechny ve spojení s gastronomickými produkty. [50]

Pokud cestujeme za účelem nasbírat gastronomické poznatky v určitém regionu, zahrnuje cesta návštěvu místních výrobců potravin, gastronomické festivaly, potravinářské veletrhy, různé místní akce, farmářské trhy, show jako vaření s místními kuchaři, degustace kvalitních potravin nebo jakékoliv ostatní činnosti vztahující se k tomuto druhu cestování. [55]

Kulinařská turistika se řadí do zajímavých forem cestovního ruchu. Mimoto je zařazená i do kulturního turismu, jelikož kuchyně je součástí každé kultury. V Česku se dynamicky rozvíjí a je podpořena projektem, jenž vybrané restaurace, které nabízejí typické české a moravské speciality, označuje logem Czech specials. Do kulinařské turistiky se řadí pivní a vinařský cestovní ruch. [20]

Ve výkladovém slovníku cestovního ruchu bychom přímo kulinářský turismus nenašli, ale našli bychom termíny jako gurmánský cestovní ruch, zážitkovou gastronomii a slow food.

„Gurmánský cestovní ruch (též gastronomický cestovní ruch, gourmand tourism), forma CR – jejíž účastníci jsou motivováni požitkem z konzumace, kultury stolování (atmosféra, vybavení, způsob obsluhy a výzdoba), testování a seznamování se s vybranými pokrmy a nápoji. Odpovídající produkt CR je označován jako zážitková gastronomie, resp. Slow food [18, str. 192] Bývá i přirozenou součástí etnického CR, který zahrnuje návštěvy zajímavých národností s cílem sledování a poznávání jejich zvyků a způsobu života. Například autentická slavnost polévky tuna v Gran Sabaně, Venezuela.“ [18, str. 147]

„Zážitková gastronomie – klade důraz na degustaci kvalitního, různě připraveného pokrmu a nápojů v kvalitním moderním i historickém prostředí, které může být dotvářeno historickým nábytkem, nádobím, stolovým uspořádáním i oblečením obsluhujícího personálu, případně i hostů. Zážitková gastronomie je také servírování a degustace místních specialit, může být založena i na poznatcích a postupech molekulární gastronomie (věda studující fyzikální a chemické procesy při vaření).“ [18, str. 642]

„Podobné je slow food – gastronomický koncept, který bere jídlo jako formu zážitku, společenskou událost, a dává důraz na kvalitu surovin, přípravu pokrmu, způsob jeho podávání a proces obsluhy vůbec, kvalitu a originalitu prostředí, v němž konzumace probíhá, kulturu stolování apod. Koncept vznikl jako protiklad fast food.“ [18, str. 525]

2.2. Vývoj gastronomie

Tak jako se vyvíjí ostatní odvětví, tak se postupem času vyvíjí i gastronomie. Už dávno nejde jen o zahnání hladu. Jídlo má daleko vyšší význam a to požitkem z její konzumace. Vývojem gastronomie se ale trendy ve stravování měnily. Například dříve mohli víno pít pouze bohatí občané a šlechta. Dokonce i děti pocházející z těchto vrstev pily víno. Pivo však bylo považováno za pití chudých.

Pravidla stolování byla nastolena už ze středověku. Nesmělo se házet jídlo na stůl, zbytečně mluvit nebo říhat, mlaskat, brát jídlo z mís rukama, olizovat příbory nebo se opírat lokty o stůl. Z tohoto období se datuje používání párátka, která byla vyrobena z drahých kovů či vzácných kostí. [2]

Velký význam ve vývoji má antika. Z tohoto období se nám dochovalo několik druhů pečiva a těstoviny. Bohaté hostiny s aranžmá a kvalitním servisem se uskutečňovaly již v tomto období. [2]

Byzantské říši vděčíme za vidličku, která je součástí jídelního příboru. Byzantské ženy si do svých nových domovů, do kterých se přivdaly, přinášely s sebou receptury a kuchaře. Tím se přispívalo do evropské gastronomie. Turecká kuchyně je tvořena právě byzantskou, perskou a arabskou kuchyní. [2]

Díky Kolumbovi, který objevil v roce 1492 nový svět, mohly být přivezeny nové lahůdky, jako jsou rajčata, paprika, brambory, kukuřice, dýně, batata, slunečnice, topinambury, vanilka a námi milované kakao. [2]

Nezastupitelnou funkci v gastronomii mají velmoci jako je Itálie a Francie. Určitě stojí za to zmínit jejich přední gastronomy. [2]

Mario Antoine Careme (1783-1833) je francouzského původu a byl to nejslavnější kuchař v devatenáctém století. Specializoval se na cukrárenské výrobky a považoval se za kulinářského umělce, vynálezce a tvůrce. Pracoval i u krále Jindřicha IV. Apeloval na to, aby se nezaměňovala kulinářská literatura za gastronomickou. V gastronomické literatuře bychom dříve nenašli místní speciality, ale pravidla stolování a slušnosti u stolu. Termín gastronomie, který se začal používat od roku 1835, popisuje způsoby, jak si získat a udržet postavení. Tato literatura byla psána lidmi ve vysokých pozicích. [4]

Auguste Escoffier (1864-1935) spolupracoval s hoteliérem Césarem Ritzem a pracoval v jeho hotelu Ritz v Paříži. Escoffier zařizoval cateringy pro hotely jako je Savoy nebo Carlton v Londýně. Za svou kariéru se mu podařilo vychovat až dva tisíce šéfkuchařů po celém světě. V roce 1925 se zjednodušilo menu. Kuchaři už nechtějí připravovat pokrmy, které jsou na přípravu složité. I v jednoduchosti je zakotvena elegance a vkusnost. [4]

Ještě bychom si měli říct pár informací o dalším zakladateli gastronomie o Jean-Anthelme Brillant –Savarin (1755-1826). Gastronomii přirovnává k vědě, která by měla být prospěšná lidské výživě. Tedy zdravá výživa spjatá s požitkem z jídla. Uvedla bych jednu z jeho hlášek, ve které se zmiňuje o obžerství a nenasycenosti: *„Dnes již oddělujeme labužnictví od obžerství a nenasycenosti; pohlíží se na něj jako na zálibu, kterou si člověk umí užívat; je to společenská vlastnost, která potěší hostitele i hosta a prospěje vědě; a labužníci jsou si rovni se všemi ostatními, kteří mají nějaký svůj zvláštní předmět zájmu.“* [4, str. 266] Tady bych doplnila, že křesťané dříve brali přejídání a i znalost jídla za smrtelný hřích a ostatní náboženské a filozofické tradice za pohrdání. Novodobé křesťanství považuje přejídání za pokušení, s kterým je zapotřebí se vypořádat. [4] Ve svém díle O labužnictví a filozofii popisuje pojem gastronomie následovně: *„Ačkoliv slovo gastronomie je řeckého původu, zní lahodně i jiným národům a kupodivu i francouzskému uchu. Přestože mu možná mnoho laiků nerozumí, objeví se jim úsměv na tváři po vyslovení tohoto slova. Takovému člověku „s úsměvem“ se říká gurmán.“* [2, str. 9]

2.3. Současná světová a evropská gastronomie

V důsledku komunikačních technologií, cestování a vyššího vzdělání zkoušíme hledat a ochutnávat jídla, která pochází z odlišných kultur než z té naší. Z toho důvodu se regionální gastronomie propojuje s dalšími druhy kuchyní. Dnešní kuchaři mají své tradiční pokrmy, ale jelikož se učí novým trendům, tak i tyto pokrmy se obohacují o nové prvky. V současnosti nalezneme v obchodech rozmanité potraviny pocházející z odlišných kultur v podobě lehce upravitelných polotovarů, jež se odborně nazývají konvenience (z anglického slova convenience). [2]

Každý region má svá specifická jídla, která se časem stávají oblíbenými i mimo původní území. [2] Jídlo, které tvoří základ kuchyně, odráží životní prostředí společnosti, ale nemusí to být zcela pravda. Vezměme si takovou Sicílii, u které bychom mohli předpokládat, že místní lidé budou patřit k velkým jedlíkům mořských plodů, ale v žebříčku konzumace jsou překvapivě na nízké příčce. Naopak obyvatelé Madridu spatřují v mořských plodech velkou pochoutku a plody moře se zde staly místní posedlostí. I Anglie, která nepřichází s novými druhy nebo úpravy mořských živočichů, je konzumentem velkého množství mořských plodů. [4]

Pro naši evropskou kulturu je běžné, že konzumujeme jídlo u jednoho stolu s našimi blízkými. V Číně či v arabských kulturách lidé jedí v sedu na zemi. V mnoha jiných kulturách nesmějí ženy během jídla sedět s mužem, pouze malé děti mohou sedět s matkou. [2]

Zajímavostí je i skutečnost, že polovina lidstva používá místo příborů ke konzumaci pouze své ruce, kdežto mi v Evropě používáme různé druhy příborů. V USA sice používají příbory, ale mají ve zvyku si nejprve maso nakrájet nožem a pak používají jen vidličku. [2]

2.4. Narůstající zájem o gastronomii

Zájem o gastronomii jde ruku v ruce s tím, jak lidé touží poznávat stále nové a navíc se zaměřují i na zdravý životní styl.

Velký vliv na rozvoj kulinářství mají televizní pořady, kde vystupují světoví šéfkuchaři. Necháváme se unést tím, s jakou vášní připravují pokrmy, s jakou láskou mluví o jídle, dále jejich ladné pohyby a zručnost při přípravě pokrmu. Navíc exotické a čerstvé potraviny, ze kterých je jídlo připravováno, jsou naprostou pastvou pro oči. Nejznámější kuchaři, které můžeme vidět i v pořadu TV Paprika jsou Jamie Oliver a Gordon Ramsay.

Jamie Oliver pochází z Anglie a má za sebou nespočet pořadů, z nichž některé i sám moderoval. V roce 2005 obdržel od anglické královny Řád britského impéria. Jeho kniha, která se jmenuje Lifetime Achievement Award, dostala v roce 2006 ocenění British book awards. [42]

Gordon Ramsay pochází ze Skotska. Napsal přes 20 knižních bestsellerů, vystupuje v mnoha televizních show o vaření a patří mu desítky restaurací po celém světě. Ještě větší hvězdu v jeho oboru z něj dělá 14 michelinských hvězd, které získal. Je známý z pořadů Pekelná kuchyně, Faktický odborník, Ramsay's best restaurant a podobně. [38]

Součástí podpory kulinářského turismu jsou nejen pořady o vaření, ale i pořady o cestování, jako například Travel channel, kde průvodci cestují za poznáním různých míst na zemi a ochutnávají dary místní kuchyně.

Pozornosti se dostávají i knižní publikace, kde se můžeme blíže seznámit s touto tematikou. Nalezneme zde tipy pro navštívení kulinařských míst a jejich zajímavých regionálních specialit. Některé publikace jsou přímo zaměřené na cestopisy s recepty.

Důležitou součástí pro propagaci gastronomie jsou tematicky zaměřené konference a festivaly, kde je na prvním místě jedinečná chuť pokrmů a nápojů dané kultury.

2.5. Světové organizace se zaměřením na rozvoj cestovního ruchu a místní gastronomii

Potenciál kulinařské turistiky rozvíjí asociace zaměřené na cestovní ruch. The World Food Travel Association (Světová asociace kulinařské turistiky) se zaměřuje na cestování za kulinařskými požitky. Organizace podporuje světové potraviny, nápoje a cestování, díky nimž poznáváme kulturní gastronomii. WFTA spolupracuje s podniky, jako jsou cestovní kanceláře, pěstitelé surovin a různé jiné organizace. Cílem WFTA je zachování a podpora kulturních potravin a to skrze cestování. [56]

Asociace byla založena roku 2003 Erikem Wolfem a během roku 2012 se z původního názvu asociace ICTA (International culinary tourism association) přejmenovala na The World Food Travel Association. ICTA v průběhu let identifikovala základní potřeby pro růst gastronomie v cestovním ruchu a marketingově se snažila o rozvoj kulinařské turistiky. Přitom připravovala a vyhodnocovala výzkumy aplikované na správnost rozvoje kulinařské turistiky a její propagaci. Asociace byla zásadní při budování strategického partnerství s přidruženými organizacemi a vedla regionální a mezinárodní potravinářské akce v cestovním ruchu. [56]

WFTA uvádí, že turisté se zaměřují více na kulinařské zážitky, než tomu bylo doposud:

1. Asociace dostává v poslední době více dotazů, než tomu bylo doposud. Počet dotazů se blíží k číslům z roku 2008, tedy k období před recesí.

2. Na internetu vzniklo více webových stránek, které informují zákazníky. Restaurace si zakládají webové stránky, aby se dostaly blíže ke klientele.

3. Zvýšil se i počet cestovních kanceláří, které nabízejí zájezdy s tematikou kulinařské turistiky.

4. Od roku 2003, kdy byla Asociace založena, překročil počet jejích členů z řad profesionálů 16 000. [22]

K rozvoji kulinářské turistiky se dají na kterémkoli místě uplatnit čtyři jednoduchá pravidla:

1. Parkoviště – podnik by měl nabídnout dostatek parkovacích míst, a za pomoci ukazatelů na parkovací místa upozornit. Na parkovišti může být obsluha, která se postará o hostovo auto. Prostorné a upravené parkoviště je vizitkou podniku.

2. Originalita – zákazníka upoutávají jedinečné služby a produkty, které mu dokážou vnuknout pocit určité originality. V dnešní době se fantazie velmi cení. Příkladem nám může být rybářská vesnice Kedonganan – Jimbaran na Bali. Na místní pláži přichází tisíce lidí, aby při západu slunce povečeřeli na břehu moře. Ze zdejšího romantického prostředí se stalo centrum kulinářské turistiky. Na pobřeží se nachází celkem 24 kaváren, které nabízejí speciality z darů moře.

3. Dobré vztahy s místními – být za dobře s místními obyvateli je velice důležité nejen z morálního hlediska, ale také to má své výhody v podnikání. Pokud jsou nabídnuta pracovní místa pro občany, pak vnesou do restaurace jejich kulturu a chutě, a co víc, budou restauraci doporučovat. Tím vším pomáhají rozvíjet podnik.

4. Spolupráce s ostatními restauracemi – být sám proti ostatním a neustále bojovat s konkurencí je vyčerpávající. Výhodnější je, když se podniky spojí do řetězce a místo vzájemné konkurence si pomáhají.

Kulinářská turistika je krásná i v tom, že i do zapomenutých míst na světě dokáže vdechnout trochu života. Destinace oblíbené kulináři jsou Jižní Afrika, Argentina, Brazílie, Indie, Egypt, Myanmaru také nazývaná Barma a podobně. [22]

2.5.1. Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)

UNWTO (United Nations World Tourism Organization) Světová organizace cestovního ruchu vydala souhrnnou zprávu o kulinářském turismu. Přidružení členové měli za úkol zkoumat vztahy mezi cestovním ruchem a gastronomií, jelikož turisté se vrací do známých destinací, aby se těšili z vyzkoušených a ověřených receptur, nebo hledají nové a zvláštní kuchyně v jiných cizokrajných destinacích. Gastronomie se stala centrem turistických zážitků. Zpráva zkoumá současnou situaci kulinářského turismu, a to prostřednictvím průzkumu, který mají na starosti partnerští členové UNWTO. Jsou to odborníci s rozsáhlými zkušenostmi v oblasti mezinárodních organizací, destinačního managementu, cestovního ruchu a vzdělávacích institutů.

Členové UNWTO, kteří pracují v různých odvětvích po celém světě, poskytli svůj názor na momentální situaci kulinářského turismu pomocí průzkumu. Průzkum byl proveden roku 2012. [55]

Respondenti mohli označit více odpovědí na jednu otázku z nabízených možností. Pro lepší přehlednost jsem přepočítala procenta na odpovídající hodnotu 100 %. Tím ukazatel jasněji říká, na jakém místě se umístila jednotlivá odpověď při jednom možném označení.

Aby nám vyšlo 100 %, vydělila jsem celkových 377 %, které jsem získala po sečtení všech procentuálních odpovědí u turistického produktu koeficientem 3,77. Tímto koeficientem 3,77 jsem dále vydělila jednotlivé odpovědi tak, aby bylo zřetelnější, která odpověď je nejvíce populární při jedné odpovědi. Tímto způsobem jsem upravila i procenta u marketingu a propagace. Tedy celkových 372 % jsem vydělila koeficientem 3,72. Přepočítaná procenta jsou uvedena v závorkách.

- Strategie - Podle provedeného výzkumu 88,2 % dotazovaných se domnívá, že gastronomie je hlavním prvkem k definování a vytváření image destinace. Pouze 11,8 % bylo toho názoru, že gastronomie hraje vedlejší roli.

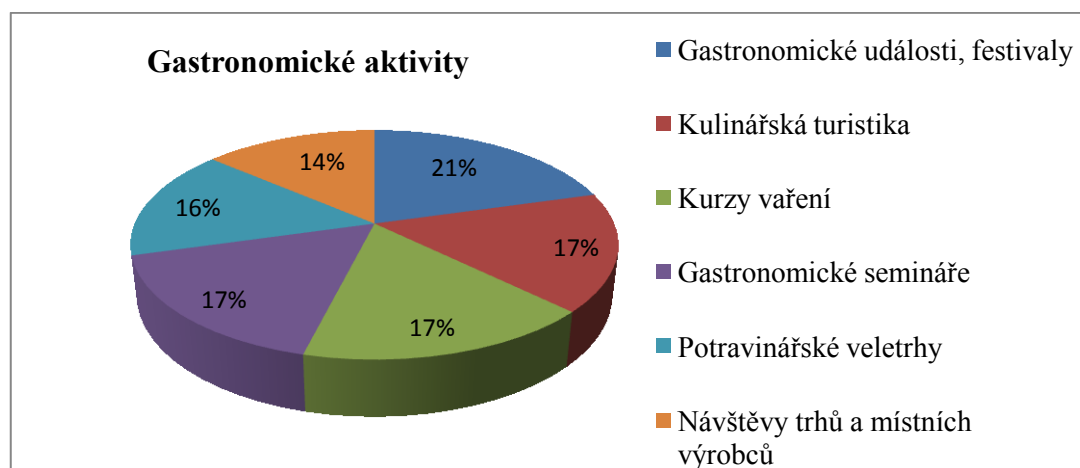
67,6 % dotazovaných odpovědělo, že jejich země má svou vlastní gastronomii. Zbýlých 32,2 % se domnívá, že jejich země nemá svou vlastní gastronomii a tím si destinace neutváří vlastní image.

- Kultura gastronomie - Většina respondentů uvedla, že pro rozvoj gastronomie je důležitá kvalita potravin a rozmanitost regionálních potravin. Součástí světového

dědictví je středomořská kuchyně, která se zaměřuje na zdravé vaření, trvalou udržitelnost a multikulturismus. Členové organizací poukazují, jak je důležité, aby restaurace nabízely pokrmy na základě kombinací středomořské a orientální kuchyně. Zároveň by měli restaurátoři udržovat krok s novými inovacemi.

- Turistický produkt - Za gastronomický turistický produkt považuje 79 % (25 %) dotazovaných gastronomické události a festivaly, které napomáhají snižovat i výkyvy v sezónnosti. Gastronomickým cestám bylo přiděleno 62 % (20 %) tak jako kurzům vaření a seminářům. Potravinářské veletrhy, kde je možnost ochutnání místních produktů považuje 59 % (19 %) členů organizace za turistický produkt. Návštěvy trhů a místních výrobců označilo 53 % (16 %) dotázaných.

Graf 2. 1 – Turistický produkt

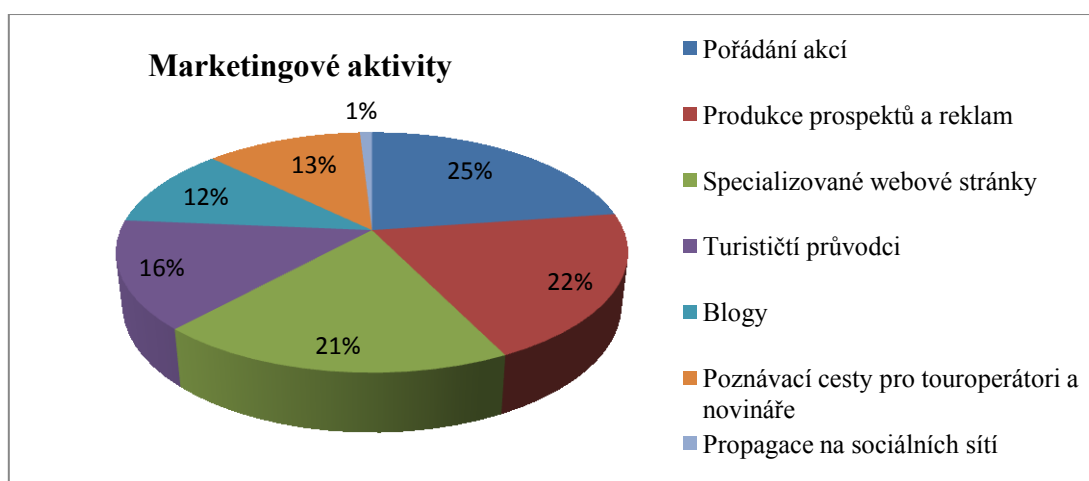


Zdroj: Vlastní zpracování dle Světové organizace cestovního ruchu [55]

- Marketing a propagace – 68 % z přidružených organizací se rozhodlo, že je vhodné provádět marketingové činnosti a propagace na základě kulinářského cestovního ruchu.

Marketingové a propagační nástroje prováděné těmito subjekty jsou: pořádání akcí (událostí) 91 % (25 %), produkce prospektů a reklam 82 % (22 %), specializované webové stránky s danou tematikou 78 % (21 %). Na nižší úrovni jsou propagační nástroje jako turističtí průvodci 61 % (16 %), blogy 43 % (12 %), poznávací cesty pro novináře a touroperátory 13 % (3 %). A nakonec pouze 4 % (1 %) dotázaných organizací uvedlo jako podporu pro propagaci sociální sítě.

Graf 2. 2 – Marketing a propagace



Zdroj: Vlastní zpracování dle Světové organizace cestovního ruchu [55]

- Trhy - v současné době je kulinářská turistika stále regionálním fenoménem (úkazem). Podle výsledků výzkumu je hlavní prioritou u kulinářské turistiky regionální trh. Poté následuje trh místní a národní.

- Ekonomický dopad - další otázka k respondentům byla, jaký má kulinářský cestovní ruch dopad na destinace z ekonomického pohledu. Obecně lze říci, že tázané organizace uvedly, že stále neexistuje systémová analýza ekonomického dopadu na kulinářský turismus. [55]

2.6. Světové kuchyně

„Jídlo a cestování jdou k sobě jako letadlo a letiště.“ [<http://www.lonelyplanet.com/japan/travel-tips-and-articles/762201>] Bez ohledu na to, kam jdeme, nebudeme mít nejspíš problém najít alespoň jeden kulinářský zážitek, který nám pomůže pochopit místní kulturu. V některých zemích je jídlo vrcholem blaha a přitahuje nejednoho labužníka. [45]

2.6.1 Nejvyhledávanější destinace z pohledu gastronomie.

Thajsko

Thajská gastronomie je vyhlášena po celém světě. Hlavní surovinou pro Thajce jsou různé variace rýže. Nejoblíbenější je rýže jasmínová. Vzhledem ke geografické poloze poskytuje moře a říční toky dostatečné množství ryb. Z mořských plodů jsou v thajské kuchyni v oblibě krevety. Ryby se dále i suší a právě z prosolených sušených ryb se vaří rybí omáčka obsahující vysoký podíl proteinů. Maso z velkých zvířat Thajci nekonzumují kvůli buddhistickému vyznání. Thajská kuchyně se vyznačuje ostrostí. Thajci pěstují stovky odrůd chilli papriček, které se liší svou ostrostí. Dalšími dochucovacími prostředky jsou kari, kurkuma, koriandr, pepř a zázvor. Kokos používají na zjemnění pokrmů a to i ve formě kokosového oleje. Nesmíme opomenout také česnek a citrónovou trávu. Na stole nesmí chybět různé omáčky, například sójová, ústřicová nebo krevetová pasta. Z ovoce jsou známé ananas, papája, banán, liči, mango. [54]

Řecko

Řecká kuchyně má dlouholetou tradici. V jídlu nesmí chybět olivový olej, olivy, rajčata, ovčí a kozí sýr, cukety, artyčoky. Z masa jsou to skopové či jehněčí, a samozřejmě čerstvé ryby. Za tradiční řecký předkrm se považuje Tzatziki. Tzatziki je jogurt s okurkami a česnekem a zvláště v horku je velmi osvěžující. Mezi tradiční jídla se řadí Musaka, zapečené brambory s lilkem, mletým masem a bešamelem. Dále Suvlaki, kousky masa na špejli, potírané při přípravě směsí koření. Řecké moučníky jsou velmi sladké a z těch nejznámějších bychom jmenovali Baklavu, což je listové těsto s ořechovou náplní polité sirupem. Typický řecký destilát z anýzu je Ouzo, který se pije před jídlem jako aperitiv.

Čína

Čínská jídla jsou velmi rozmanitá a jednotlivé regiony mají své kuchařské zvyklosti. Tak se tedy v průběhu času rozdělila na severní, západní, jižní a východní.

Číňané nazývají kuchyni ze severní části jako Pekingskou. Pekingská kuchyně je charakteristická pro svou jemnost, kdy se používá pro dochucení jídel menší množství koření. Jako hlavní surovina se z masa používá jehněčí, jelikož vepřové zdejší obyvatelé

kvůli svému muslimskému vyznání nesmějí konzumovat. Tradiční recepty jsou jarní závitky nebo pekingská kachna.

V západní části Číny se připravují pestřejší jídla. Kuchyně této části země se nazývá jako Sečuánská a jídla jsou známá tím, že jsou nadmíru pálivá. K nejznámějším receptům této kuchyně patří Kung pao, což jsou kuřecí kousky se sójovou omáčkou.

Kantonská kuchyně jižní části Číny je ve světě nejvíce známá. U nás se můžeme s recepty pocházející z kantonské kuchyně setkat v čínských restauracích. Hlavními surovinami jsou rýže, houby a samozřejmě sójová omáčka.

Kuchyně východní Číny označovaná jako Šanghajska je exotická a kořeněná. Hojně se v této kuchyni využívají mořské plody jako krevety a kalamáry. Známa je polévka připravovaná ze žraločích ploutví. [41]

Francie

Francouzská kuchyně se vyznačuje tím, že je tzv. a la minute, tedy čerstvě připravována. Potraviny jsou zdravé a výživné díky dostatku zeleniny, libových mas, ryb, drůbeže, sýrů s minimem tuku a ovoci. Jídlo je pro Francouze nesmírně důležité. Manzac, který je šéfkuchař a majitel francouzské restaurace v Praze, vysvětluje životní postoj Francouze k jídlu: „*Jídlo je v životě Francouze velice důležité. Je pro něho však více než jen strava. Je to událost. Nejíme abychom žili, ale žijeme, abychom jedli.*“ [37, <http://hlavni-zpravy.gastronews.cz/francouzska-kuchyne>]

Regiony ve Francii jsou specifické tím, že každý z nich má své tradiční pokrmy. Ty jsou normou pro francouzskou gastronomii.

Oblast Gaskoňsko leží na jihozápadě a sahá k pobřeží atlantského oceánu. Díky možnosti rybaření se mořské plody řadí do jídelníčku místních obyvatel. Mezi gaskoňské tradiční pokrmy patří i husí a kachní delikatesy. Tato oblast je známá díky vinnému destilátu Armaňak.

Normandská kuchyně připravuje spíše vydatná jídla z hovězího masa. Sýr camembert, jehož napodobeninou je hermelín, vznikl v jedné vesničce v Normandii, po které nese svůj název.

Oblast Bordeaux leží jihozápadně a je vyhlášenou světovou vinařskou oblastí. Hlavním rysem této kuchyně je, že se do pokrmů přidávají hříby.

Vepřové maso se konzumuje především v oblastech Lotrinsko, Alsasko a v severní Francii. Ve starobylé části Francie v Bretani dominují především mořské plody, sardinky, makrely, tuňák, mušle a humr. Jih Francie je ovlivněný španělskou gastronomií. [37]

Španělsko

Katalánská kuchyně je uznávána gurmány po celém světě, stejně jako ostatní španělské regionální kuchyně. V Katalánsku se z koření používá šafrán a kmín, stejně jako medové sladkosti. Směs ingrediencí a tradic dodává šmrnc Barcelonské kuchyni, která využívá mořských plodů a mas podávaných s omáčkami. Říká se, že nejlepší jídlo se podává právě v Barceloně. Hlavní jídlo dne je oběd, který má často několik chodů. Večeře bývá lehčí, ale začíná až po 21:00 h. [45]

Mexiko

Mexická kuchyně je ovlivněna především španělskou gastronomií. V mexické kuchyni nechybí chilli, kukuřice a fazole připravované na mnoho způsobů. Světově proslulé je tradiční jídlo tacos, což je tortilla plněná hovězím masem a zeleninou. Podobným jídlem je enčiláda (enchilada), což je zapečená plněná tortilla podávaná s omáčkou. A pozor, musí být pořádně pálivá! K Mexiku samozřejmě patří tequila vyráběná z rostliny agáve. Méně známý je destilát Mezcal, který je podobný tequile, kde na dně láhve leží červ. [45]

Itálie

S italskou gastronomií se neodmyslitelně pojí olivový olej, těstoviny al dente, pečivo, sýry, šunka, rybí pokrmy, křupavá pizza, rizoto a vinný ocet. Z italských sladkostí je neznámější dezert tiramisu. Za nejlepší zmrzlinu je považována ta, která se vyrábí přímo v Itálii. Velmi populární je pití kávy a z alkoholických nápojů víno. Produkty ze zdejší gastronomie jsou velmi žádané ve světě a tak se exportují do ostatních zemí.

Indie

Výjimečnost indických jídel spočívá v typické chuti a vůni jídla tvořené pečlivě vybraným kořením. Indická koření byla používána už před tisíci lety.

Jih Indie používá jako základ všech jídel rýži. Pro sever země je základ indická placka čapátí plněná zeleninou. Dále se využívá dhal, což je označení pro luštěniny, které jsou připravovány jako kaše a ochucené spoustou koření. Jako dochucovací prostředek, který zvýrazňuje především chuť masa, je omáčka čatní. Připravuje se z čerstvého ovoce a koření. Bývá přirovnávána k salse. [45]

Japonsko

V japonské kuchyni se používají čerstvé suroviny, které se krátce tepelně upravují, aby neztratily svou hodnotu.

Většina japonských destinací se soustředí na tradiční pokrmy. Jeden z těchto pokrmů je jakitori, což je grilované kuřecí maso nabodnuté na bambusové tyčince. Kousky masa se grilují na rozpáleném uhlí a marinují sójovou omáčkou se třtinovým cukrem. Japonsko je ostrovním státem, proto je zdrojem jejich obživy rybolov. Mořští živočichové se buďto grilují, nebo se z kousků syrových ryb, rýže a kapky octa připravuje sushi. Podobným pokrmem, který se zaměňuje se sushi, je sashimi. Sashimi je název pro plátek syrové ryby podávané k namáčení se speciální omáčkou. Dalším jídlem Japonců je tempura, což je smažená zelenina, houby, ryby a krevety obalené v těstíčku. Z japonských polévek je nejtypičtější nudlová polévka Ramen zalitá vývarem a podávaná s kousky masa.

Vrcholem japonské gastronomie je hostina kaiseki poskládaná z několika chodů. Čím více chodů má, tím se hostina stává slavnostnější. Jídlo zde servírované by mělo odpovídat surovinám vycházejících z momentálního ročního období. Dnes kaiseki slouží jako příležitost sejít se u tradičního japonského jídla a pití. [45]

Časopis Cot business, který je plný odborných informací o cestovním ruchu uvádí, že Tokio je nejpopulárnější destinací gurmánů. Vyplývá to z výsledků ankety amerického gastronomického časopisu Food&Wine Magazine z roku 2009. [26]

Obrázek 2.1 – Japonská hostina kaiseki



Zdroj: [45]

Indonésie a Malajsie

Indonéská kuchyně je souhra sladkých a slaných chutí a exotického koření. Jídla bývají převážně ostro-sladká. Základními surovinami jsou rýže, vejce a tofu. Z masa se nejvíce využívá kuřecí a skopové. Maso je však příliš drahé a tak se využívají jiné suroviny. Navíc Indonésané mají islámské vyznání a tak je pro určité oblasti jejich země tabu konzumovat vepřové maso. K jídlu si s oblibou přidávají ostré omáčky. Neznámější je omáčka z chilli papriček sambal nebo sójová omáčka kecap manis (kesap manis). [43]

Malajská gastronomie je tvořena odlišnými národními kuchyněmi a to převážně z čínské, thajské, indické a indonéské. Hlavními esencemi je skořice, zázvor, anýz, chilli a kari. Hlavní pokrmy jsou rýže, nudle a plody moře, z masa je to hovězí. Jídlo je ochucené rozmanitými druhy koření. [43]

3. Gastronomie v České republice

Gastronomie je neodmyslitelně spojena s kulturou jednotlivých národů. Tyto dvě nauky se navzájem ovlivňují, jelikož kulturní tradice a zvyky určují, jaké potraviny se budou využívat v té či oné národní kuchyni. Na gastronomii působí i geografická poloha, která dává předpoklady pro využití surovin. Ten, kdo ovládá gastronomii, se dá považovat za člověka, který se naučil kulinářskému umění.

Slovo gastronomie vzniklo sloučeninou dvou řeckých slov gaster (žaludek) a nomos (mrav či zvyk).

Geografická poloha České republiky umožňuje, že se zde pěstují mnohé suroviny. V domácnostech převažují potraviny z obilí, luštěnin, brambor a samozřejmě masa. I díky tomu, že jsme byli vždy křižovatkou cest v Evropě, jsme přijímali vlivy z jiných kultur a otevírali se novým možnostem. V minulosti byla gastronomie ovlivněna našim keltským a slovanským původem. [30,28]

Naše česká kuchyně má hlavní rysy té středoevropské, tedy německé a rakouské. Není sice tak zdravá jako jídla pocházející ze středomoří, ale v dnešní době se i naše gastronomie snaží odlehčit jídla, aby více odpovídala zdravému životnímu stylu.[36,30]

V oblíbě českého národa jsou vydatné polévky. „*Polévka je absolutní základ každého pořádného domácího oběda a velice často i samostatného jídla. Polévky připravovalo lidstvo odpradáвна zcela jistě i proto, že do nich můžeme využít prakticky cokoli.*“ [13, str. 31]. Nejobvyklejší jsou česneková, kuřecí s nudlemi, zelná nebo hovězí vývar s tradičními játrovými knedlíčky. [36]

Mezi důležité složky, z nichž se připravuje nejvíce pokrmů, jsou brambory. Typické jídlo z brambor jsou bramboráky.[36] Neméně důležitou surovinou v naší zemi je maso. Nejvíce rozšířený druh masa je kuřecí, vepřové, drůbeží, králíčí, zvěřina a hovězí, které se podává většinou s omáčkou. Typická omáčka je rajská, koprová nebo svíčková na smetaně. K omáčkám se obvykle podává kynutý knedlík. [30]

Ze sladkovodních ryb je nejznámější kapr, který je na stůl servírován převážně na Štědrý den. Dále se konzumuje pstruh, candát, úhoř a k letnímu grilování si lidé oblíbili například makrelu.

Všem Čechům jsou velmi známé lahůdky jako obložené chlebíčky, nejružnější saláty, zrající sýry jako olomoucké tvarůžky či pražská šunka. [30]

Moučníky jsou také důležitou součástí naší gastronomie. Obsahují ale více kalorií, neboť se do moučníků přidává máslo a šlehačka. Nejznámější jsou palačinky, které plníme marmeládou a ovocem, bramborové šišky s mákem, jablkový závin a samozřejmě ovocné knedlíky. [36]

Národním pitím, které se hodí k české kuchyni, je pivo. Nejznámější je Pilsner Urquell a Budějovický Budvar. České pivo je i mezi cizinci řazené jako jedno z nejlepších na celém světě.[26] Dalším alkoholickým nápojem je víno. Na jižní Moravě se nachází více než 90 % vinic České republiky. Vinný hrozen je také ve znaku Jihomoravského kraje. Michal Hašek, hejtman Jihomoravského kraje, napsal: „*Ve víně je nejenom pravda, ale také slunce, pracovitost a srdce našich lidí. Víno je opravdovým požehnáním tohoto kraje, neodmyslitelně k němu patří rázovité vinné sklípky se zdobenými vchody, lákající ke vstupu a koštování.*“ [3, str. 7] Bílá vína pocházející z Moravy jsou na mezinárodních soutěžích považována za jedny z nejhodnotnějších. Získávají ocenění i přesto, že se soutěží účastní i jiné vinařské velmoci, jako je Francie nebo Německo. [36]

Mezi cizinci je žádaný i bylinný likér Becherovka. Vyrábí se v Karlových Varech a řadí se mezi aperitivy. Bývá označován i jako digestiv, pro svoji schopnost podporovat lepší trávení. Na Moravě v oblastech Slovácka a Valašska je oblíbeným destilátem slivovice. [30]

3.1 Tradiční česká kuchyně

V této podkapitole se nachází nejoblíbenější jídla, která pochází od předešlých generací.

Praha

Původní jídla z této oblasti byly řeznické a uzenářské speciality. Uzenky se začaly vyrábět na přelomu 19. a 20. století uzenářem Uggé, který byl původem Ital. Dříve se uzenkám říkalo „Taliány“, podle původu výrobce. Taliány se dokonce dostaly i na filmové plátno ve filmu Adéla ještě nevečeřela. Za první republiky byla v oblibě pražská šunka, která je známá i dnes. [33]

Jižní Čechy

Jižní Čechy jsou bohaté na množství rybníků a tak hlavní potravinou byly vždy ryby. Byly dostupné i chudým a někteří obyvatelé jimi pohrdali. Ti, co je však měli rádi, vymýšleli různé způsoby pro jejich úpravu, a tak vznikl například jihočeský kapr Jordán nebo kapr dle Petra Voka. [11]

Jedna z lidových tradic, která se konávala v Jižních Čechách, je masopust. Lidé se během zimního období chtěli rozveselit a k tomu jim napomáhal právě tento lidový svátek. V průběhu masopustu se lidé před očekávaným velikonočním půstem zásobovali kaloriemi v podobě tradičních masopustních produktů ze zabijačky, ale i sladkých dobrot, např. koblih. [14]

Šumava

V této oblasti po staletí žili Němci a Židé, kteří tradičním jídlům dávali takové názvy, že jen málokdo odhadl jejich význam. Příkladem je vošouch, cmunda, šterc, štuclíky, knedlupraj, čičák nebo báč. Vošouch, čičák a cmunda jsou názvy pro bramborák. Štuclíky jsou noky a knedlupraj škubánky.

Tradiční sladký šumavský mls je tvarohový, makový nebo povidlový koláč. [11]

Plzeňsko

Díky známému pivovaru Pilsner Urquell je pro tuto oblast charakteristický právě onen zlatavý mok. Skvěle se hodí k místním jídlům a uplatňuje se i jako dochucovací prostředek ve zcela nečekaných kombinacích. Pivo se používá do polévky, salátové zálivky nebo štrúdlu. Typická pro Plzeňsko je i příprava knedlíků na několik obměn. [14]

Západočeské lázně

Region je známý lázeňskými oplatky nebo bylinným likérem Becherovka. Dávná polévka, která se vývojem stále upravovala, se nazývá Vřidelní polévka. „*Uvařená z pravé karlovarské vřidelní vody s přísadami jíšky, muškátu, másla, žloutku a petrželky.*“ [11, str. 58]

Severozápadní Čechy

Gastronomie na tomto území byla ovlivněna sousedy z Německa. Odtud se k nám dostala vánoční maková polévka Mohnsuppe a salát z libečků. Původní zdejší jídla jsou česneková omáčka s masem a uzenými žebírky nebo jeřabinová marmeláda.

Tato oblast je vhodná na pěstování vinné révy, proto také odtud pochází nejvíce vín z Čech. Další z alkoholických nápojů je bylinný likér z lipového květu, pocházející z Chomutovska. [11]

Český sever

V horských oblastech jako je Český sever, se vařila prostá jídla. Zdejší obyvatelé ale věřili na magická čísla, a tak jídlo muselo být sestaveno tak, aby odpovídalo počtu sedmi, devíti nebo dvanácti chodům.

„Pro štědrovečerní večeři se potraviny vybíraly podle symbolického významu – krupice přinášela plodnost, houby a ovoce štěstí, hrách a čočka měly opatrovat úrodu, zelí a řepa účinkovaly proti svrabu a jáhly přinášely do stavení peníze.“ [11, str. 76]

Východní Čechy

Regionální pochoutkou doloženou i evropským certifikátem jsou trubičky z Hořic, ke kterým se váže legenda. Roku 1812 se raněný francouzský kuchař vracel z Ruska, kde jeho vojsko utrpělo porážku. Během toho, co byl ošetřován jednou měšťankou, jí prozradil recept, který chutnal jeho pánovi císaři Napoleonovi. Zdejší trubičky jsou známé a oblíbené dodnes. [11]

Vysočina

Vysočina není úrodná pro pěstování obilí, a tak se využívalo jiných surovin, nejvíce však brambor. Zajímavý název nese pokrm „volupsije“, což jsou brambory vařené ve slupce a podávané se slaninou, tvarohem, máslem, solí a zapíjené mlékem. [11]

Morava

Pro Jižní Moravu je zásadní výroba vína. Typický večer strávený v této oblasti je ve sklípku se sklenicí vína a požíváním sýrů, klobás a zabijačkových dobrot. Ze sladkých pochoutek jsou známé boží milosti či hodové koláčky.

Pro Střední Moravu jsou charakteristické olomoucké tvarůžky, které se vyvážejí i do světa.

Na Východní Moravě se můžeme seznámit s polévkou z kyselého zelí, obohacenou klobásou a zahuštěnou smetanou. Kyselice se může podávat v malých vydlabaných bochnících chleba a je příznačná pro Valašsko, tak jako řízek ondraš nebo koláč „frgál“. Dříve se za frgál označoval nepovedený spálený koláč.

V gastronomii na Severní Moravě se zrcadí kuchyně německá, slovenská a polská. Kupříkladu česnečce se zde říká syřunka, bramboráku stryky a slanině špírk. Ze sladkých dobrot známe štramberské uši, které jsou vyrobené z kořeněného medového těsta. [11,15]

3.2 Pivo

Za komunistického režimu se k nám piva nesměla dovážet, a tak Češi popíjeli lahodný mok vyprodukovaný z pivovarů v blízkém okolí. Nejoblíbenější piva byla Plzeňský prazdroj, Českobudějovický budvar a černé pivo točené u Fleků v Praze. Po pádu komunismu byl český lid nadmíru vděčný za domácí nabídku piv. V současné době, když si můžeme vybírat z velkého množství i zahraničních piv, zůstáváme věrni naší nabídce. [19] *„České pivo musí mít dobrý říz a delikátní nahořklost chmelu. Proti světlu je čiré až jiskrné, pěna na dobře natočeném pivu je minimálně 30 ml vysoká a vydrží nejméně 3 minuty, než začne opadat.“* [19, str. 7]

3.2.1 Tipy kam si zajít za výrobou a historií piva

Za historií a výrobou piva se můžeme podívat do Budějovického pivovaru, kde nás prostřednictvím 3D filmu seznámí s původem a ryzostí piva Budweiser Budvar. Ochutnávka piva je spojena s posezením v legendární restauraci Mastné krámy. [10]

Další pivovar je v Dalešicích. Zde se natáčel film Postřižiny od Bohumila Hrabala a tento pivovarský objekt je nově zrekonstruován. Vůně, která se z něj line, připomíná, že se zde opět vaří tradiční české pivo. V objektu se nachází muzeum rakousko-

uherského pivovarnictví. Obrovské zahrady kolem objektu lákají turisty k odpočinku a ke zklidnění mysli. Pivovar má svou hospůdku, kde můžeme ochutnat zdejší pivo. [52]

Další pivovar Černá hora se nachází ve stejnojmenném městě. Od roku 2012 je v ojedinělém sklepení možnost uvařit si své vlastní pivo. [10]

Jedinečný pivovar svého druhu bychom našli v Plzni. Návštěvou Plzeňského prazdroje se dozvíme o historii a technologii výroby piva Pilsner Urquell. Některá místa prazdroje si nadále zachovávají historickou středověkou podobu. [10]

3.2.2 Tipy kam si zajít za nejlepším točeným pivem v Praze

Úkol pro posouzení deseti nejlepších míst, kam si v Praze zajít na točené pivo, dostala patnáctičlenná porota seskládaná ze znalců. Mezi členy poroty byli například Jan Suráň, prezident Českomoravského svazu minipivovarů, Pavel Maurer a blogger Martin Kuciela.

Na prvním místě se umístila pivnice Zlý čas, která má 24 druhů točených piv a zachovává si svůj kulturní charakter. Na druhém místě je hospoda Zubatý pes a na třetí pozici První pivní tramway. O hospodě tramway psal roku 2006 deník The New York Times jako o jednom z nejlepších míst pro svou nabídku piv a atmosféru. Kromě několika druhů piv je zde velký výběr whisky a rumů. [51]

Čtvrté a páté místo obsadil pivovar U Bulovky. Americký novinář Evan Rail napsal ve svém pivním průvodci o tomto podniku, že díky široké nabídce piv a jejich skvělých chutí v kombinaci s výtečným jídlem, atmosférou a dobrým tmavým ležákem je večer jen malá šance k nalezení volného místa. [13]

Pivovarský klub se umístil na šestém místě v žebříčku o nejlepší pivo v Praze. Novinář Evan Rail je zde stálým hostem a cítí, že tady je nejpřátelštější a nejzasvěcenější obsluha z těch zařízení, které v Praze navštívil. [13,51]

Na sedmém místě byla hospoda U Jelínků. Je vyhlášena za hospůdku, kde natočí tu nejlepší plzeň. Během dne se tady vystřídá mnoho hostů. Nejspíše i z důvodu toho, že pivo se U Jelínků pije ve stoje.

Se stejným počtem bodů se na osmém a devátém místě umístila hospoda U Hrocha a Lokál U Bílé kuželky. Hospoda U Hrocha je miniaturní hospůdka na Malé Straně v gotickém slohu. Gastronomický expert Pavel Maurer právě

jmenovanou hospůdku umístil ve svém hodnocení na první místo. Na desátém místě skončila hospoda U Pinkasů. [51]

3.3 Víno

Česká republika se dělí na dvě vinařské oblasti, a to na Moravu a Čechy. Vinařské oblasti na Moravě se dělí na Znojemskou, Velkopavlovickou, Mikulovskou a Slováckou podoblast. Vinařské oblasti v Čechách se dělí na Mělnickou a Litoměřickou podoblast. V české historii se nejvíce dařilo vínu před třicetiletou válkou, kdy bylo v Čechách 15 tisíc a na Moravě 20 tisíc hektarů vinic. V současnosti se vinice rozprostírají na 19 tisících hektarech, a to především v oblasti Morava. [31]

Vína pocházející z Moravy nabízí skvostnou chuť a buket. Důkazem jejich kvality je i to, že tyto vína jsou respektována i ve světě a také se uznávají za nové odrůdy. Rok 2010 je toho příkladem, neboť se z bílých vín uznala odrůda Muškát moravský a u červených vín Cabernet Moravia a odrůda André. [3]

Nejlepší víno České republiky pro rok 2013 se stalo Chardonnay 2011, pozdní sběr ze Zámeckého vinařství Bzenec. Toto ocenění bylo uděleno na největší národní soutěži, která se pořádá v Mikulově.

3.4 Organizace cestovního ruchu působící na rozvoj kulinářského turismu

Stát podporuje cestovní ruch tím, že stanovuje podmínky pro podnikání, vydává legislativu, utváří koncepce (představy). Je také zakladatelem Ministerstva pro místní rozvoj a národní centrály cestovního ruchu Czech tourism. [17]

Cestovní ruch pozitivně přispívá makroekonomickým veličinám, jako je HDP, nezaměstnanost, bilance zahraničního obchodu. Je důležité, aby se stát podílel na posílení pozice cestovního ruchu.

Ministerstvo pro místní rozvoj bylo zřízeno s účinností od 1. listopadu 1996 a je ústředním orgánem ve věcech týkajících se cestovního ruchu. [44]

Národní centrála cestovního ruchu CZECH TOURISM byla založena roku 1993. Je státní příspěvkovou organizací Ministerstva pro místní rozvoj ČR. Spolupracuje s městy a obcemi, s podnikatelskými subjekty. Cílem organizace je propagace příjezdového a domácího cestovního ruchu se zaměřením nejen na českou

gastronomii, ale samozřejmě i na lázeňství, kongresovou, incentivní a golfovou turistiku. Je hlavním pořadatelem regionálních akcí zaměřených na cestovní ruch. Pořádá propagační akce prezentující regiony ČR. [20]

Česká centrála cestovního ruchu vytvořila projekt pod názvem Kudy z nudy. Je to internetový portál, který podává informace o domácím cestovním ruchu a nabízí komplexní cestovní tipy pro každého cestovatele. Webové stránky Kudy z nudy jsou přeloženy do anglického, německého, slovenského a polského jazyka. Kudy z nudy nabízí 2500 nejrůznějších aktivit v ČR. V roce 2009 proběhla soutěž o nejlepší tuzemskou aktivitu Cenu kudy z nudy. Hodnotilo se celkem 289 aktivit. [21] Tyto aktivity můžeme najít v knize Kudy z nudy, kde jsou seřazeny do 14 kategorií. V kategorii gurmánská turistika je 24 nejpopulárnějších aktivit z této oblasti. Na prvním místě se umístila Alchymistická kuchyně v Kutné Hoře, na druhém Černokostelecký zájezdní pivovar a na třetím Vinařství Víno Marcínčák. [10]

V ročníku soutěže Kudy z nudy 2012 bylo vyhlášené nejlepší vinařství Chateau Lednice. [21]

3.4.1 Gastronomické asociace v České republice

Česká republika má čtyři hlavní gastronomické organizace, které se podílí na řízení a rozvoji gastronomie.

- Asociace hotelů a restaurací České republiky (AHR) – je neziskovou organizací, jejímiž členy jsou majitelé ubytovacích a gastronomických zařízení. Jejich cílem je podporovat podnikání v oboru hotelnictví a gastronomie a být připravený na změny působící zevně. Spolupracují s asociací hotelnictví a turismus HOTREC, působící na evropské úrovni.

- Asociace kuchařů a cukrářů České republiky (AKC) – je organizací českých kuchařů a cukrářů, usilující o to, aby české kulinářství a gastronomie měla větší význam a zároveň se zvyšovala její úroveň.

- Asociace sommeliérů ČR – členem asociace se může stát osoba starší 18 let. Společně se členové účastní seminářů, degustací a akcí se svými partnery. Také jezdí na exkurze a gastronomické veletrhy jako jsou VinexBrno, VINItaly, ProWein Düsseldorf. Spolek je součástí Mezinárodní asociace sommeliérů - ASI. [23]

- Česká barmanská asociace (CBA) – cílem asociace je předávání si informací mezi svými členy a vytvoření dokonalejších výrobních postupů. Jsou členy Mezinárodní barmanské asociace, která má totožné cíle jako CBA.

3.5 Průvodci českou gastronomií

V současnosti je velké množství restaurací s různým zaměřením. Především ve velkých městech je pro lidi těžké se orientovat v kvalitě daných restaurací, pokud jim není dána rada nebo okolí neznají sami. Tento problém se z velké části řeší díky asociacím specializovaných na kulinářskou turistiku. Jsou skutečným pomocníkem při výběru stravovacího zařízení nebo i k doporučení českých specialit.

3.5.1 Průvodce po tuzemských restauracích GRAND RESTAURANT

Zakladatelem internetového průvodce Grand Restaurant je Pavel Maurer. Internetový průvodce slouží k hodnocení restaurací v celé České republice. Počet hodnotitelů je cca 7000 a stále se rozšiřuje. Hodnotitelé restauračních zařízení jsou nejen experti tohoto oboru, jako jsou kritici a šéfkuchaři, ale také osoby různých profesí. Experti se s laickou veřejností na hodnocení TOP10 restaurací shodují z 50 až 60 procent. [46]

Restaurace se hodnotí tak jako ve škole pomocí známek. Známkami se posuzuje kvalita jídla, obsluhy a interiéru. Danou známkou si návštěvníci portálu mohou utvořit názor jakou restauraci navštívit: [46]

1 – excelentní,

2 – velmi dobré,

3 – dobré,

4 – snesitelné,

5 – vyhněte se.

Za rok 2012 se podle statistik hodnotilo celkem 837 restaurací. Celkem se účastnilo hodnocení 849 návštěvníků restaurací. Někteří z nich hodnotili vícekrát a proto je celkový počet hodnocení 11 091. Z těchto údajů vychází, že jeden účastník navštívil za rok 13,6 restaurací.

Účastníci dávali známky v průměru 2,07. Během roku 2012 bylo projedeno hodnotiteli celkem 7 590 196,--. Průměrná cena jídla, která zahrnovala kompletní večeři a veškeré pití pro jednu osobu činila 620,--. Kompletní útrata jednoho účastníka za rok 2012 byla 8 940,--. [47]

Přehled TOP 10 nejlepších restaurací v kategorii, která zahrnuje všechny tři hodnotící složky, což je jídlo, obsluha a interiér.

1. Koishi fish & sushi - česká moderní kuchyně, dary moře, japonská, rybí,
2. Radisson Blu hotel, Alcron – dary moře, rybí,
3. Le Terroir – francouzská a mezinárodní kuchyně,
4. Terasa U Zlaté studně – česká a mezinárodní kuchyně,
5. Chateau Mcely, Piano Nobile – česká, regionální a mezinárodní kuchyně,
6. La Degustation Bohême Bourgeoise – česká moderní kuchyně,
7. V Zátíší – mezinárodní a česká kuchyně,
8. Aria hotel, Coda - bio, česká, veganská, vegetariánská a mezinárodní kuchyně,
9. Francouzská restaurace Art Nouveau – francouzská a mezinárodní kuchyně,
10. Radisson Blu hotel, La Rotonde – česká a mezinárodní kuchyně.

Výše jmenované restaurace sídlí v Praze kromě dvou, a to Koishi fish & sushi, která je v Brně a Chateau Mcely, Piano Nobile v obci Mcely ležící v okrese Nymburk.

Průměrná cena za jídlo v TOP 10 restauracích se pohybuje od 940,- do 2 800,--. Cena zahrnuje kompletní večeři a veškeré pití pro jednu osobu. [47]

3.5.2 Projekty Pavla Maurera

Pavel Maurer založil nejen GRAND RESTAURANT, ale i nezávislého průvodce po nejlepších a nejzajímavějších barech. Podílel se také na založení festivalu Prague food a Grand restaurant festival. Dále se účastní řízení společnosti Mňam tour. *„Smyslem Mňam Tour je objevovat nenápadné rodinné restauranty, zapadlé kvalitní hospůdky, vinice, o nichž se nezmiňuje žádný velký průvodce, vesnická tržiště, skvělé lokální producenty, na které nenarazíte v žádném supermarketu.“* [25]

Prague food festival

Největší gastronomickou událostí je Prague food festival, který se koná každým rokem. Akce trvá tři dny pod širým nebem. Účastníci festivalu bývají nejlepší šéfkuchaři, sommeliéři a producenti nápojů v České republice. Následující 7. ročník gastronomického festivalu se bude konat v květnu 2013 v Královské zahradě Pražského hradu. [39]

Grand restaurant festival

Festivalu se účastní restaurace, které získaly vysoké hodnocení v anketě Maurerův výběr GRAND RESTAURANT 2013. Lístky na večeři v těchto restauracích se kupují v předprodeji a ceny bývají festivalově zvýhodněné, tedy od 200,- do 600 Kč za večeři a pití. Letošního ročníku se v celé České republice bude účastnit 100 restaurací. Datum konání akce je na 15. 1. – 28. 2. 2013. [39]

3.5.3 Průvodce gastronomií, projekt Czech specials

Czech specials aneb Ochutnejte Českou republiku je projekt, který má za cíl propagovat gastronomii v jednotlivých regionech tak, aby se česká gastronomie dostala co nejvíce do podvědomí českých i zahraničních návštěvníků. O vznik projektu se zapříčinila zvyšující se poptávka po kulinařské turistice a na projektu se podílí Asociace hotelů a restaurací ČR s agenturou CzechTourism a Asociace kuchařů a cukrářů ČR. Logo Czech specials označuje certifikované restaurace a hotely, které připravují národní a místní speciality. Restaurace značené logem musely nejdříve projít kritérii, aby mohly spolehlivě reprezentovat české restaurace. Počet certifikovaných restaurací a hotelů je momentálně 360.[24, 27]

Další projekt, kterým má být rozhlasový týdeník Dobrou chuť Česko připravuje agentura CzechTourism spolu s českým rozhlasem a má navazovat na program Czech specials. Cílem rozhlasového týdeníku má být zviditelnění restaurací označené logem Czech specials a seznámení lidí s národními pokrmy, které se nacházejí na jídelních lístcích těchto restaurací. V současné době se plánuje, které restaurace budou v seznamu natáčení v průběhu roku 2013. Zamýšlí se, že završení projektu by se uskutečnilo v některé z tuzemských televizních stanic, kde by se vysílal přehled nejlepších restaurací Czechspecials. [28]

3.5.4 Projekt stezky dědictví

Projekt vznikl organizací ECEAT (European Centre for Ecology and Tourism) v roce 2008, jehož hlavním zaměřením je udržitelný (šetrný) cestovní ruch. Organizace má za cíl, aby mezery, které jsou na místních a regionálních trzích, byly zmapovány a vytvořil se takový program, který by z místní a regionální kuchyně udělal turistický cíl. ECEAT spolupracuje na projektu s restauracemi, které jsou označeny logem stezky dědictví (heritage trails). [34, 53]

3.6 Ekonomické ukazatele stravování a pohostinství v ČR

Hlavní součástí cestovního ruchu je stravování a ubytování. Bez těchto služeb by cestovní ruch nebyl. Je důležité, aby tyto základní služby byly poskytovány v co nejlepší kvalitě, neboť právě ony tvoří největší příjmy cestovního ruchu.

Odvětví stravování a ubytování je stavebním kamenem pro tvorbu HDP a slouží k rozvoji ekonomické a životní úrovně v dané oblasti. Pokud má gastronomické středisko kvalitní služby, navštěvují ho jak místní obyvatelé, tak příjíždějící turisté.

Dříve byla pro klasifikaci používána Odvětvová klasifikace ekonomických činností OKEČ, která zařazovala ekonomické subjekty do odvětví podle jejich hlavních činností, kterou se zabývaly. Tato klasifikace od 1. ledna 2008 byla nahrazena Klasifikací ekonomických činností CZ-NACE. Na tuto novou klasifikaci přešly i ostatními země EU. Změny ve struktuře byly rozsáhlé. Nás z hlediska cestovního ruchu zajímá zpráva, že sekce H Ubytování a stravování, které bylo dohromady v klasifikaci OKEČ pod oddílem 55, se rozdělila na dva oddíly CZ-NACE 55-56. Sekce se přejmenovala na I – Ubytování, stravování a pohostinství:

Oddíl 55 – Ubytování,

Oddíl 56 - Stravování a pohostinství.

Nová klasifikace se přijala z důvodů technického pokroku, který způsobil změny v ekonomických činnostech. Hospodářská činnost ve státě se musela přizpůsobit novým trendům, jako jsou například nové výrobky na trhu. Klasifikace CZ-NACE prošla změnou a od 1. ledna 2009 se jmenuje NACE Rev. 2. Hlavní charakter klasifikace NACE zůstal beze změny, pouze se usiluje o větší možnosti ve statistickém šetření. [32]

Statistika je důležitý obor, který nám předává informace o stavu naší společnosti a ekonomice.

„Do statistiky cestovního ruchu jsou zahrnuty údaje o kapacitě a výkonech hromadných ubytovacích zařízení sloužících cestovnímu ruchu, údaje z výběrového šetření v domácnostech o cestovních zvyklostech rezidentů, satelitního účtu cestovního ruchu (TSA), tvorbě hrubého fixního kapitálu v cestovním ruchu a modulu zaměstnanosti cestovního ruchu.“ [5, str. 509]

Klasifikace CZ-NACE oddíl 56 (stravování a pohostinství) uvádí ve statistické ročence za rok 2012 vybrané ukazatele v rozpětí roku 2005 až 2010.

Od roku 2008 se počet podniků do roku 2010 v České republice snížil o 414, kdy gastronomických zařízení v roce 2008 bylo 49 223. [5]

Dalším ekonomickým ukazatelem je zaměstnanost ve stravovacích podnicích. *„Zaměstnané osoby zjišťované šetřením u ekonomických subjektů, resp. z administrativních zdrojů, zahrnují počet pracovníků (průměrný evidenční počet zaměstnanců ve fyzických osobách, počet soukromých podnikatelů a pomáhajících rodinných příslušníků, pro které je činnost ve firmě hlavním zaměstnáním) a osoby zaměstnávané na dohody přepočtené na plný úvazek dle odpracovaných hodin.“* [5, str. 509]

V roce 2010 pracovalo ve stravovacích službách 127 319 fyzických osob. Z tohoto počtu je vypočítaný průměrný roční počet zaměstnanců, kterých bylo v pracovním poměru ke svému zaměstnavateli 85 256 osob a ukazatel, který zohledňuje velikost pracovního úvazku udává 81 216 osob. Počet zaměstnanců oproti roku 2009 klesl o 5 076 pracujících. Příčinou poklesu jsou stále problémy se sezónností a také nevelký zájem turistů o Českou republiku. Praha a okolí Karlových Varů zaznamenávají

příliv zahraničních návštěvníků, avšak ostatní místa jsou navštěvována méně. [5]
Zaměstnanci jsou propouštěni i kvůli cenovým válkám mezi hoteliéry a tak nezbyývají peníze na vyplácení mezd, což vede k poklesu kvality služeb.

Mzdy bez ostatních osobních nákladů (zahrnující základní tarif, odměny a osobní příplatky) se od roku 2005 zhruba o 400 mil. Kč ročně navyšovaly. V roce 2010 mzdy bez OON byly 11 035 mil. Kč. Průměrná mzda na jednu osobu činila za měsíc bez OON 11 322 Kč. Podle Českého statistického úřadu v roce 2011 vzrostla mzda na osobu o 775 Kč, tedy na částku 12 097 Kč. [35]

Nejmenší tržba byla v roce 2010, a to 88 870 mil. Kč. Největší tržba za poskytované služby byla 103 550 mil. Kč, a to v roce 2008. [5]

Výkony a obchodní marže byly podle aritmetického průměru mezi roky 2005-2010 88 222 mil. Kč. Podíl výkonové spotřeby (představuje spotřebu materiálu, energií a služeb) zaujímá 72 % na této průměrné částce. Podíl přidané hodnoty na výkonech (zahrnuje obchodní marže+výkony-výkonová spotřeba) je 28%.

Obchodní marže = tržby za prodej zboží – náklady vynaložené na prodané zboží

Výkony (výroba) = tržby za prodej vlastních výrobků a služeb + změna stavu zásob vlastní činnosti +aktivace

Přidaná hodnota na zaměstnance se vypočítává z poměru přidané hodnoty a celkového počtu zaměstnanců. Mezi obdobím 2005-2010 vyprodukoval pracovník v tomto odvětví 192 tis. Kč. Odvětví stravování a pohostinství je totiž náročné na pracovní sílu, ne už však tolik na vytváření přidané hodnoty. [5]

Tabulka 3.1 - Ukazatelé stravování a pohostinství (právnícké a fyzické osoby)

Ukazatel	Měrná jednotka	2005	2008	2009	2010
Podniky celkem		49 537	47 955	50 256	49 223
Zaměstnané osoby celkem ve fyzických osobách	osoby	128 446	126 151	131 690	127 319
Z toho průměrný evidenční počet zaměstnanců ve fyzických osobách	osoby	88 007	86 857	90 273	85 256
Průměrný evidenční počet zaměstnanců – přepočtený	osoby	85 638	82 937	86 339	81 216
Mzdy bez OON	mil. Kč	93 991	10 537	10 751	11 035
Průměrná hrubá měsíční mzda na 1 přepočtenou osobu	Kč	8 831	10 587	10 377	11 322
Tržby celkem	mil. Kč	93 991	103 550	97 884	88 870
Tržby celkem na 1 zaměstnanou osobu	tis. Kč	732	821	743	698
Výkony vč. obchodní marže	mil. Kč	85 753	97 446	90 014	79 675
Výkonová spotřeba	mil. Kč	62 926	71 394	66 531	53 710
Podíl výkonové spotřeby na výkonech		73,4	73,3	73,9	67,4
Přidaná hodnota	mil. Kč	22 827	26 052	23 483	25 966
Podíl přidané hodnoty na výkonech	%	26,6	26,7	26,1	32,6
Přidaná hodnota na 1 zaměstnanou osobu	tis. Kč	178	207	178	204

ZDROJ: HABARTOVÁ et al. *Statistická ročenka České republiky 2012*. Praha:

Dragon Press s.r.o, 2012. ISBN 978-80-250-2253-5

Níže uvedená tabulka nám udává, jaký podíl produktu má cestovní ruch na tvorbě HPD. Z tabulky je patrné, že od roku 2004 podíl cestovního ruchu na HDP klesá.

Tabulka 3.2 - Podíl cestovního ruchu na HDP (v %)

Rok	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Podíl CR na HDP	3,4	3,5	3,2	3,0	2,9	2,8	2, 8

Zdroj: ČSÚ <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/6-zakladni-data-a-fakta-o-cestovnim-ruchu-v-cr/>

Ve srovnání s produktem cestovního ruchu je podíl zaměstnanosti v CR vyšší. Cestovní ruch je náročný na zaměstnanost. *„Řečeno jinak: cestovní ruch je „spíše zdrojem zaměstnanosti než produktu. Náročnost produktu v oblasti cestovního ruchu na pracovní sílu mírně roste. Jinými slovy: na relativně zmenšující se produkt je zapotřebí stále stejného objemu zaměstnanosti.“* [29, str. 6]

Tabulka 3.3 - Podíl CR na celkové zaměstnanosti (v %)

Ukazatel	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Podíl CR na zaměstnanosti	4,74	4,75	4,71	4,58	4,50	4,48	4,56	44,62

Zdroj: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

4. Návrh tematického zájezdu

V praktické části navrhuji tematický zájezd, kde je hlavní program orientován na kulinářské zážitky a doplňkový program slouží k poznání kulturního dědictví dané lokality. Cílem zájezdu je seznámit účastníky s gastronomií na Jižní Moravě a nabídnout jim takový turistický produkt, který je založen na jejich potřebách. Zájezd bude nabízen od června do konce září.

Po celou dobu bude účastníky doprovázet průvodce. Nutný počet účastníků pro realizaci je 13 a maximální počet je 16.

Záměrem CK Yummy tour, která nabízí tento zájezd, je poskytování gastronomických zážitků. Kulinářští nadšenci se mohou seznámit nejen s regionálními specialitami, místním vínem, pivem, výrobou pálenek, ale samozřejmě i s kuchařským uměním šéfkuchařů. Cestovní kancelář utváří pro účastníky takový program, který obsahuje mnohé gurmánské zážitky. Součástí programu jsou i návštěvy kulturních památek a relaxační procedury.

4.1 Sestavení zájezdu

Při sestavování zájezdu jsem nejprve stanovila záměr zájezdu a pro koho je zájezd určen, tedy cílový segment. Dále bylo zapotřebí charakterizovat popis tematiky zájezdu a vytvořit hlavní a doplňkový program, který by časově, prostorově a obsahově vyhovoval potřebám zájezdu. Bylo nutné stanovit počet osob a termín, kdy se zájezd uskuteční, aby se mohlo zajistit ubytování, stravování, doprava a vstupné do objektů. Na závěr jsem vykalkulovala rámcový odhad ceny a určila způsoby propagace navrženého zájezdu se zpětnou vazbou spokojenosti klientů.

4.1.1 Popis tematiky zájezdu, cílový segment

Poznávací tematický zájezd je navržen na poznávání Jižní Moravy, která se vyznačuje rozmanitou škálou lidových tradic. Tyto tradice společně s úrodnou krajinou daly vznik typické regionální gastronomii.

Své chuťové buňky můžeme svlažit na místních koštech vína a pálenek, podobně jako si poslechnout cimbálovou muziku a shlédnout tanečníky, kteří utváří charakteristický rys zdejšího kraje. Příznačné pro Moravu jsou také zabijačkové hody.

Zájezd je určen pro takový segment účastníků, kteří jsou motivováni požitkem z konzumace jídla a vybraných nápojů, kulturou stolování. Do tohoto cílového segmentu patří i ti účastníci, kteří rádi poznávají zvyky a způsob života jiných kultur.

4.1.2 Tvorba produktu

Pokud služby, které jsou v rámci produktu nabízeny, poskytují dvě nebo více služeb, jako je doprava, ubytování nebo stravování, pak můžeme mluvit o zájezdu nebo pobytu. Do tvorby produktu jsou zakomponovány „*doprava, ubytování a stravování, služby na místě – transfery, výlety apod., služby delegáta nebo průvodce cestovní kanceláře.*“ [16, str. 17]

V příloze č. 1, 2, 3 jsou jako názorné ukázky uvedené obrázky nabízených služeb jako je doprava, ubytování a stravování. V příloze č. 4 jsou přiložené mapy, které ukazují jak celkovou trasu, tak naplánované trasy na jednotlivé dny.

Doprava

Cestovní kancelář zajistí dopravu vlastním minibusem typu VW LT, rok výroby 2006. Kapacita minibusu je 17 osob (17 + řidič). Do výbavy minibusu patří mikrofón, rádio s CD a DVD přehrávačem, nezávislé topení, klimatizace, kouřová okna, střešní okno. Při větším objemu zavazadel je k jejich přepravě zajištěn přívěsný vozík. CK zaměstnává profesionálního řidiče.

Ubytování

Klienti budou celkem ubytováni ve dvou zvolených ubytovacích zařízeních. První a druhou noc stráví ve vinařství U Kapličky v obci Zaječí, kde jsou k dispozici dvoulůžkové a třílůžkové pokoje. Pokoje jsou vybaveny sociálním zařízením, stylovým nábytkem, televizí, lednicí a wifi připojením. Pokoje jsou navrženy ve vinařském stylu a každý pokoj nese název po lahodné vinné odrůdě.

Třetí noc je zajištěno ubytování v hotelu Sladovna****, který se nachází v Černé Hoře blízko pivovaru Černá Hora. Hotel nabízí komfortní ubytování ve 40 pokojích, které jsou vybaveny televizorem, minibarem, telefonem (buzení), wifi připojením, koupelnou. Opět jsou nabízeny dvoulůžkové a třílůžkové pokoje plus možnost přistýlky. V ceně ubytování je wellness centrum. V ubytovacím zařízení se nachází mnoho stravovacích zařízení a i pivovarské muzeum.

Stravování

Stravovací služby v tematickém zájezdu zaměřeném na kulinářskou turistku tvoří zajímavé spektrum gastronomických zařízení poskytujících zážitkovou gastronomii. V balíku stravovacích služeb je zahrnutý hotel Happy Star (Znojmo), Moravský sklípek vinařství U Kapličky (Zaječí), oběd v zámeckém parku s obsluhou v dobových kostýmech (Lednicko – Valtický areál), Křížový sklípek (Mikulov), restaurace Retro Gril (vinařství U Kapličky, Zaječí), restaurace Stará Pošta (Rousínov u Vyškova), Šenk u Prokuristy (hotel Sladovna, Černá Hora), Jelínkova Vila (Velké Meziříčí).

- Hotel Happy Star, Znojmo - Jedná se o zážitkovou gastronomii neboli slow food degustaci, kde dochází ke snoubení vína s pokrmem. Receptury pokrmů pochází od Branka Černého, který je autorem Knihy o kráse a snoubení vín a pokrmů. Branko Černý patří k českým předním sommelierům a po celou dobu oběda je zde přítomný a řídí průběh degustace.

Pro klienty CK yummy tour bude připraveno zvěřinovo-rybí menu snoubené s 12 vybranými prestižními moravskými víny. Pokrmy z menu vycházejí z tradičních moravských receptur a středomořské kuchyně.

- Moravský sklípek vinařství U Kapličky, Zaječí - klienti v místním sklípku zažijí pravý moravský večer se sommelierem, který jim poskytne výklad o víně z tamějšího vinařství U Kapličky. Zábavu zpříjemní živá cimbálová muzika. K jídlu bude připraven raut, kde budou převážně zabijačkové speciality a moravské koláčky.

- Oběd v zámecké zahradě Lednicko–Valtický areál (při špatném počasí se oběd koná v zámku Lednice) - během odpolední procházky zámeckou zahradou poobědvají účastníci v Lednicko-Valtickém areálu. Oběd účastníkům bude servírován obsluhou v dobových kostýmech a přitom si mohou hosté libovat v pohledu na Janohrad a pociťovat příjemný vánek vznášející se od blízkého jezírka. Oběd bude zajištěn cateringovou firmou Onyx Trade s. r. o.

- Křížový sklípek, Mikulov - při degustaci osmi druhů vín (6 x přívlastkové víno, 2 x speciální víno - sekt, výběr z cibéb nebo ledové víno) z vinařství Volařík bude k ochutnávce přichystáno degustační sousto. Klienti si tak mohou dopřát větší gastronomický požitek. Součástí degustačního sousta jsou sýry, zelenina, ovoce, klobáska, paštika, špek a pečivo. Na porci 200 g.

- Restaurace Retro Gril, Zaječí - interiéru restaurace dominují grily ve tvaru parních mašin. V nabídce restaurace je pivo z pivovaru Dalešice, známé z filmu Postřižiny a víno je z nabídky místního vinařství. Účastníci budou mít možnost podílet se na přípravě večeře, kterou klientům připraví šéfkuchař Tomáš Jakeš, člen asociace cukrářů a kuchařů ČR. Během přípravy večeře bude prostor pro diskuzi o technice přípravy pokrmů.

- Restaurace Stará Pošta, Rousínov u Vyškova - restaurace si zachovává své historické jádro, které tvoří zrekonstruovaná stará pošta. Restaurace Stará Pošta leží ve středu slavkovského bojiště nedaleko Brna v obci Rousínov. Klienti si v této restauraci pochutnají na receptu přímo od císaře Napoleona. K obědu se bude podávat kuře Marengo, jehož recept je utajený.

- Restaurace Sladovna, Černá Hora – restaurace je součástí hotelu Sladovna. Účastníkům bude ve zdejší restauraci servírována tradiční česká kuchyně.

- Šenk u Prokuristy, Černá Hora - jedná se o stylovou pivnici, jež je součástí hotelu Sladovna****.

- Jelínkova Vila, Velké Meziříčí – pro účastníky bude ve zdejší restauraci přichystán oběd. Hlavní originalita a kvalita této restaurace spočívá v tom, že jídla jsou převážně zaměřená na sladkovodní rybí kuchyni. Zde podávané ryby jsou vždy čerstvé a uchovávají se ve vlastních nádržích ve sklepení hotelu.

Největší specialitou na jídelníčku je Rybí guláš nebo Mlýnské kolo (vepřová kýta, cibule, anglická slanina podávána s bramborákovými plackami promazanými směsí kysané smetany a kysaného zelí). Navíc je součástí hotelu i malý pivovar, a tak si účastníci mohou svlažit své hrdlo místním pivem Harrach.

Hotel Jelínkova Vila se nachází ve Velkém Meziříčí a je součástí hodnocení nejzajímavějších a nejlepších restaurací u nás v již dříve zmíněném nezávislém průvodci Grand restaurant 2013. [49]

Pojištění

K ceně zájezdu si klienti mohou doobjednat cestovní pojištění TURISTA od České pojišťovny a. s. a tím minimalizovat nepříjemná rizika vyplývající z událostí, které mohou vzniknout během tuzemského zájezdu.

Tabulka 4.1 – Cestovní pojištění během tuzemského zájezdu.

Pojistné za balíček pojištění na osobu a den		10,--
A - pojistná rizika zahrnutá v balíčku pojištění	Horní hranice pojistného plnění v Kč	
Pojištění cestovních zavazadel	Za pojistnou událost	10 000,--
	Za 1 věc	5 000,--
Úrazové pojištění	Doba nezbytného léčení	20 000,--
	Trvalé následky úrazu	200 000,--
	Smrt následkem úrazu	100 000,--
Pojistné za pojištění storno cesty na osobu a pobyt		75,--
B - Pojištění storno cesty		
Horní hranice pojistného plnění v Kč		15 000,--

Zdroj: <http://www.lazne.net/cestovni-pojisteni.aspx>

4.1.2.1 Program zájezdu

Sestavený program zájezdu by měl obsahovat několik základních spotřebitelských vlastností:

- Odůvodnění - účel cestování by měl odpovídat potřebám účastníků,
- Spolehlivost - cíl a program zájezdu musí být pravdivý a poskytovat přesné informace,
- Efektivita - dosažení nejvyšší úrovně účastníkova uspokojení za co nejmenší náklady,

- Komplexnost - vzájemné se doplňování služeb a schopnost uspokojit účastníka v plném rozsahu těchto nabízených služeb. Například přepravení hosta do cílové destinace vyvolává další potřebu služby, kterou je ubytování.
- Pružnost - přizpůsobivost mezi nabízenými produkty, které poskytují jednotliví dodavatelé na základě poptávky spotřebitelů produktů (služeb),
- Užitečnost - dosažení jednoho nebo více cílů při uspokojování různých potřeb účastníků,
- Bezpečnost – nevystavovat účastníky a jejich majetek možným nebezpečím. [7]

4.1.2.1.1 Průběh zájezdu

1. den - plánovaný odjezd z Prahy je (hlavní vlakové nádraží, odstavný pruh před vchodem do Fantovy kavárny ve směru na Teplice – Wilsonova magistrála) ve čtvrtek v 09:00 hodin. Odtud se pojedede do vinařské oblasti Znojemska. Očekávaný příjezd je v 11:30 hodin. Ve Znojmě bude pro účastníky přichystána zážitková gastronomie v podobě pečlivě vybraného programu. Program je sestaven z výběru nejlepších moravských vín v kombinaci s tradiční moravskou kuchyní a lehkou kuchyní středomořskou. Během konzumace oběda se účastníci za vedení sommeliera Branka Černého naučí, jak se různé druhy vín propojují s chutí pokrmů. V 13:45 hodin se podíváme do jednoho z nejrozsáhlejších podzemních labyrintů ve střední Evropě, který se nachází taktéž ve Znojmě. Odsud v 15:45 hodin pojedeme do vinařství U Kapličky, které leží uprostřed vinohradů v obci Zaječí. Účastníci se mohou těšit na večerní posezení v moravském sklípku. Zažijí tradiční moravský večer, který se skládá z degustace vín a výkladu sommeliera, pojídáním zabijačkových dobrot a koláčků, přitom všem bude hrát živá cimbálová muzika. Ubytování je zařízení ve stylovém penzionu, který patří do komplexu vinařství Zaječí. Zdejší pokoje jsou pojmenovány po vinných odrůdách.

2. den - další den strávíme poznáváním Lednicko–Valtické oblasti a Mikulovska. Bohatá snídaně bude od 7:30 do 8:30 hodin podávána bufetovým způsobem. Po snídani v 09:00 hodin se vydáme do Lednicko–Valtického areálu, který je zapsán na seznamu památek UNESCO. Tady nás čeká projížďka koňským povozem k Janohradu a odtud lodí k Minaretu. Od Minaretu se vydáme pěší procházkou zámeckým parkem přes

ostrůvky zpět k zámku. Během cesty dostanou účastníci výklad o zámecké zahradě. V průběhu prohlídky bude pro účastníky připraven oběd v zámeckém parku s obsluhou v dobových kostýmech. Poté v 13:15 hodin se vydáme do historického města Mikulov, který nese status městské památkové rezervace. Skrze náměstí se projdeme historickými uličkami až na Kozí hrádek, jenž slouží jako vyhlídkové místo, které umožňuje široký rozhled na město. Odtud sestoupíme do Křížového sklípku vinařství Volařík. Ve sklípku ve 14:45 hodin proběhne degustace osmi vzorků plus degustační sousto. Cestou zpět do místa ubytování (vinařství Zaječí) pojedeme chráněnou krajinnou oblastí Pálava. Od 19:00 hodin prožijí účastníci večer se šéfkuchařem restaurace retro grill, který jim před jejich zraky přichystá tříhodovou večeři a téma bude o surovinách, přípravě pokrmů a samozřejmě, že účastníci se mohou zeptat na jakýkoliv dotaz ohledně vaření. Během večera se bude nabízet víno a káva.

3. den - snídaně bude od 7:30 do 8:30 hodin. Dopolední volno můžou účastníci využít na procházku po vinicích nebo strávit příjemnou chvilku ve wellness centru. Odjezd v 10:00 hodin směr Olomouc. Po cestě se zastavíme v samém srdci slavkovského bojiště v lidové venkovské restauraci, která vznikla obnovením historické Staré Pošty. Po obědě ve 12:15 hodin budeme pokračovat do Přerova, kde nás čeká v 13:00 hodin exkurze destilérky Starorežná Prostějov. Účastníci se dozvědí o historii destilérky Prostějov a vyráběných produktech. Dále ochutnají čtyři druhy výrobků a uvidí, jak se alkohol stáčí do lahví na linkách. Odtud se vydáme ve 14:15 hodin na prohlídku muzea tvarůžků do Loštic. Předpokládaný příjezd z Loštic do Černé Hory je v 17:10 hodin. Ubytování je zařízené v Hotelu Sladovna****, kde je i wellness centrum a velkou zajímavostí jsou pivní lázně. Večeře o třech chodech se bude podávat v 20:00 hodin v restauraci Sladovna. Po večeři budou mít možnost účastníci posedět v pivnici Šenk u Prokuristy, který patří ke komplexu hotelu Sladovna****. Součástí pivnice je nejmenší minipivovar v České republice. Ochutnávkou piv z místního pivovaru Černá Hora ukončí účastníci dnešní den.

4. den – snídaně bude přichystána od 7:00 do 8:30 hodin v příjemné snídaňové místnosti formou švédských stolů. V 9:00 hodin půjdeme na exkurzi do pivovaru Černá hora, který je vzdálen 1 km od hotelu. Exkurze trvá přibližně hodinu. Během šedesátiminutové prohlídky se účastníci dozvědí podstatné informace o historii a výrobě piva a sladu. Poté bude exkurze zakončena ochutnávkou piv přímo v pivovaru v Centru Sladovna. Na zpáteční cestu zpět do Prahy se vydáme v 11:00 hodin a během cesty se

zastavíme ve Velkém Meziříčí, kde navštívíme tradiční restauraci ve stylu starého mlýna v Jelínkově vile. Restaurace je specializována na přípravu sladkovodních ryb. Na závěr účastníci ovlaží své chuťové pohárky v nefiltrovaném a nepasterizovaném pivu Harrach, které se zde přímo vyrábí. Příjezd do Prahy bude kolem 15 hodin.

4.1.2.1.2 Itinerář

Itinerář je tabulka, která poskytuje průvodci přehled o vzdálenosti mezi jednotlivými místy a o počtu najetých km. Dále se do itineráře zapisuje plánovaný odjezd a příjezd, název místa kam se jede a další informační minimum. Tabulka je členěna na jednotlivé dny. Itinerář patří do osobního vybavení průvodce a na základě získaných zkušeností si průvodce cestovní deník (itinerář) upravuje. [9]

Tabulka 4.2 – Itinerář zájezdu

Den	Odjezd/čas	Příjezd/čas	Km	Název místa	Informační minimum	Volný program
1.	Praha 9:00 Hl. vlakové nádraží, Wilsonova magistrála	Znojmo 11:28 Hnanice 111	213	Hotel Happy Star	Zážitek gastronomie. Začátek v 11:20 h Doba oběda a degustace cca 2 h	
	Znojmo 13:35 Hnanice 111	Znojmo 14:50 Slepičí trh	11	Znojemské podzemí	Návštěva znojemského tajemného podzemí. Od 14:50 do 15:40 h	
	Znojmo 15:45 Slepičí trh	Zaječí 16:47 Vinařská 484, 691 05 Zaječí	70	Vinařství U Kapličky	Posezení ve sklípku, zabijačkové speciality, koláčky, cimbálová muzika od 18:30 h	Volno na ubytování a odpočinek. Snídaně od 7:00 do 8:30 h
2.	Zaječí 09:00 Vinařská 484 691 05 Zaječí	Lednice 9:20 Zámecké náměstí 68 691 44	15	Lednicko – Valtický areál Celkem 4 h.	- Koňským povozem od maurské vodárny k Janohradu (2,5km). - od Janohradu lodí k Minaretu (4 km). - Od Minaretu k zámku procházkou parkem přes ostrůvky okolo akvaduktu (1,5 km)	Oběd v zámeckém parku s obsluhou v dobových kostýmech

	Lednice 13:15 Zámecké náměstí 68 691 44	Mikulov 13:33 Náměstí	14	Zámecká zahrad Kozí Hrádek Vinařství Volařík	zámecká zahrada 30 min. Procházka křížovou cestou na rozhlednu Kozí Hrádek (500 m, cca 10 min.) Poté sejdeme do Křížového sklípku (350 m, cca 10 min.) Křížový sklípek (8 vzorků, degustační sousto)	Křížový sklípek (8 vzorků, degustační sousto, cca 1 h 40 min.)
	Mikulov 16:30 Hl. náměstí	Zaječí 16:50 Vinařská 484	14		Večeře se podává v restauraci retro gril od 19:00 h	Relax: procházka po vinicích a wellness (nutnost objednat dopředu)
3.		Zaječí Vinařská 484	0	Vinařství U Kapličky		Snídaně od 7:30 do 8:30 h Procházky po vinicích nebo wellness
	Zaječí 10:00h Vinařská 484	Rousínov u Vyškova 11:00	55	Restaurace Stará Pošta	Oběd: Moravská kuchyně v lidové restauraci (zrekonstruovaná historická pošta)	
	Rousínov u Vyškova 12:15	Přerov 13:00 Dykova 4260/8	47	Granette a Starorežná Distilleries, a.s	Exkurze, ochutnávka, výklad (cca 60 min.)	
	Přerov 14:15 Dykova 4260/8	Loštice 14:50 Palackého 4, 798 83	48	Muzeum Pravých olomouckých tvarůžků.	Prohlídka s videozáznamem výroby pravých olomouckých tvarůžků, ochutnávka (cca 1 h)	Možnost zakoupení tvarůžků v místní prodejně

	Loštice 16:00 Palackého 4, 798 83	Černá hora 17:10 3/5 679 21 Černá	61	Hotel Sladovna*****	Pivní lázně Večeře Večerní vaření piva	Ubytování Snídaně od 7:00 do 8:00 h
4.	Černá hora 09:00 3/5 679 21 Černá Hora	Černá hora 10:15 3/5 679 21 Černá Hora	0	Hotel Sladovna*****	Exkurze pivovaru Černá Hora, ochutnávka piv	
	Černá hora 11:00 3/5 679 21 Černá Hora	Velké Meziříčí 12:00 Třebíčská 342/10	82	Jelínkova Vila	Oběd v restauraci specializované na přípravu sladkovodních ryb	
	Velké Meziříčí 13:30 Třebíčská 342/10	Praha 15:00 Hl. vlakové nádrazí, Wilsonova	153	Konec zájezdu	Celkem km 783	

Zdroj: Zpracování vlastní

4.1.2.2 Kalkulace zájezdu

„Kalkulace zájezdů vycházejí z časových harmonogramů, způsobů dopravy, z ostatních služeb a jejich smluvních zajištění. Kalkulací rozumíme stanovení vlastních nákladů a ceny na kalkulační jednici, tj. v tom případě na jednoho účastníka zájezdu.“
[8, str. 18]

1. nepřímé náklady (rozpočitatelné) na skupinu - kalkulují se s určitým rizikem neobsazenosti a jsou to služby jako doprava, náklady na průvodce, akce za pevné skupinové ceny, pojištění CK. [15]

Tabulka 4.3 - Nepřímé náklady na skupinu

		Kč bez DPH	DPH v Kč
Doprava	celkem 783 km po Kč 12,-	9 396,--	21 % 1 973,16
	čekací ¼ hodiny 76 = (19 h) po 20,--	1 520,--	21 % 319,--
	parkovné celkem	500,--	21 % 105,--
	ubytování řidiče		
	(2 x po 390,-- + 1 x 600,--)	1 380,--	15 % 207,--
	stravné řidiče (v plné výši)	618,--	
	1 den – 15 h = 121,--		
	2 den – 24 h = 188,--		
	3 den – 24 h = 188,--		
	4 den – 15 h = 121,--		
	celkem doprava	13 414,--	2 604,16
Průvodce	Odměna 4 x 500,--	2 000,--	21% 420,--
	Zdravotní pojištění 9 %	180,--	
	Sociální pojištění 26 %	520,--	
	Stravování	1 480,--	21% 310,--
	(300,-- + 250,-- + 220,-- + 160,-- + 140,-- + 270,-- + 140,--)		
	Stravné	X	
	Celkem průvodce	4 180,--	730,--
Pojištění CK	Pojištění vyplývající ze zákona č. 159/1999	1 000,--	
Celkem	Náklady nepřímé na skupinu	18 594,--	3 334,16
	Náklady na 1 osobu s 20% rizikem neobsazení (13 osob)	1 430,31	256,47

Zdroj: Vlastní zpracování

Sazby stravného – Pokud je řidič zaměstnanec cestovní kanceláře, tak stravné účtujeme v plné výši do nákladů na stravné a řidič už dále nemá nárok na stravování se skupinou. [8]

Období od	5 - 12 hod.	12 - 18 hod.	nad 18 hod.	Předpis
od 1.1.2013	66 - 79 Kč	100 - 121 Kč	157 - 188 Kč	č. 472/2012 Sb.

2. přímé náklady na 1 osobu – vztahují se na jednoho účastníka a kalkulují se bez rizika neobsazenosti. Do této skupiny nákladů patří náklady na ubytování, stravování, vstupné, cestovní pojištění. [15]

Tabulka 4.4 - Přímé náklady na 1 osobu

		Kč bez DPH	DPH v Kč
Ubytování	2 x vinařství U Kapličky (Zaječí)	943,--	
	po 460,--		
	1 x hotel Sladovna**** (Černá Hora)	740,--	
	Ubytování celkem	1 683,--	15% 253,--
Stravování	1 x hotel Happy Star (Znojmo)	620,--	
	1 x Moravský sklípek vinařství U Kapličky:	720,--	
	degustace 5 110,--; raut 4 800,--; cimbálová		
	muzika 1 600,-- (Zaječí)		
	1 x oběd v zámeckém parku (Lednicko –		
	Valtický areál)	220,--	
	1 x Křížový sklípek (Mikulov)	360,--	
	1 x restaurace Retro Gril (vinařství U Kapličky,		
	Zaječí)	310,--	
	1 x restaurace Stará Pošta	140,--	
	(Rousínov u Vyškova)		

	1 x hotel Sladovna (Černá Hora)	270,--	
	1 x Jelínkova Vila (Velké Meziříčí)	140,--	
	Stravování celkem	2 780,--	21 % 584,--
Vstupné	podzemních labyrint (Znojmo)	44,--	
	projížďka povozem 79,--; plavba lodí 111,--; (Lednicko–Valtický areál) – vstupné 32,--	222,--	
	exkurze destilérky Starorežná Prostějov	48,--	
	prohlídku muzea tvarůžků (Loštice)	24,--	
	exkurze pivovaru (Černá hora)	48,--	
	muzeum pivovarnictví	24,--	
	vstupy celkem	410,--	21 % 86,--
Pojištění	4 x 10,--	40,--	
Celkem	Přímé náklady na 1 osobu	4 913,--	923,--

Zdroj: Vlastní zpracování

V ceně nejsou zahrnuty vstupy do wellness centra, pivních lázní a posezení v pivnici u Prokuristů. Dále není do ceny stravného započítané pití v rámci jednotlivých obědů.

Tabulka 4.5 - Výpočet ceny zájezdu pro 1 osobu

	Cena bez DHP	DPH	Cena včetně DPH
Celkové náklady na účastníka	6 343,31	1 179,47	7 522,78
Marže CK 15 %, (DPH 21%)	951,50	199,82	1 151,32
Hrubá cena zájezdu	7 294,81	1 379,29	8 674,10
Prodejní cena			8 680,--
Úprava marže o zaokrouhlené ceny	5,90	1,20	7,10
Marže CK na 1 účastníka	914,22	243,--	1 157,22

Zdroj: Vlastní zpracování

4.1.2.3 Podpora prodeje

Marketingovou propagaci využívá CK Yummy tour pro komunikaci s vybraným cílovým segmentem. Snaží se dostat do podvědomí klientů a připomínat produkty, které jsou nabízeny. Hledá vhodné způsoby k vytváření věrných zákazníků, zvyšování objemu prodeje a snaží se zabránit výkyvům v poptávce. Marketingová komunikace vyžaduje časovou a peněžní investici, proto je nutná dávka pečlivého plánování a realizování.[1]

„Marketingovou komunikaci lze vyjádřit pomocí 5M: mission (poslání), message (sdělení), media (použití média), money (peníze), measurement (měření výsledků)“.
[7, str. 238]

Naše cestovní kancelář využívá pro propagaci svých produktů takové nástroje, které jsou co nejbližší k naší zvolené cílové skupině. Všechny důležité informace jak o samotné cestovní kanceláři, tak o nabízených produktech jsou nabízeny na webových stránkách cestovní kanceláře. Co se týká prezentace na internetu, doporučují naši CK na svých webových stránkách organizace zaměřující se na gastronomii a také naši nasmlouvání poskytovatelé služeb. V neposlední řadě máme vytvořeny stránky na sociální síti Facebook. V dnešní době je Facebook velmi populární. Tvoří jednu z největších internetových komunit. Počet lidí zde překročil už půl miliardy a stále roste. Vzhled stránky vypadá obdobně jako oficiální stránky CK na internetu. Naleznete zde také všechny důležité informace jak o samotné cestovní kanceláři, tak o nabízených produktech. Dále využíváme tištěné propagace v podobě letáků a katalogů. Letáky s naší momentální nabídkou jsou k nalezení v gastronomických zařízeních a ve výloze naší CK. Následujícím nástrojem je mailing, kdy našim zákazníkům zasíláme nové nabídky na zájezdy nebo akce, které zveřejňujeme na slevových portálech. Dodavatelské vztahy a image naší CK si vytváříme a udržujeme na veletrzích a workshopech.

4.1.2.4 Zpětná vazba spokojenosti klientů

Pro účastníky bude přichystán dotazník, který nám poskytne údaje o účastnické spokojenosti po absolvování zájezdu. Díky zpětné vazbě se můžeme poučit a nasbírat nové zkušenosti pro další tvorbu produktů, případně upravit ty vzniklé. Dotazníky se budou klientům předávat během přepravy při zpáteční cestě, popřípadě na internetových stránkách. Dotazník spokojenosti klientů je přiložen v příloze č. 5.

5. Závěr

Cílem zpracování teoretické části bakalářské práce bylo vymezit pojem kulinářský turismus, jež je nedílnou součástí cestovního ruchu a která přináší peníze do tohoto odvětví a do HDP dané země. Hledala jsem důvody, které poukazují na zájem lidí o gastronomii a cestování za kulinářskými zkušenostmi. Lidé se zajímají o trendy v gastronomii díky tomu, že jsou vzdělanější a touží po nových zkušenostech a také po kvalitnějším a zdravějším stravování. V dnešní době mají lidé větší možnost cestovat, rádi poznávají nové kultury a rádi se seznamují se světovou kuchyní, kterou se inspirují při přípravě pokrmů ve svých domácnostech. Dále internet a masová média v dnešní technologické a komunikační době na nás chrlí nepřeborné množství informací. Člověk se zájmy o gastronomii si vybere informace takové, které se zmíněného tématu týkají. Takové informace se stávají středem jeho zájmu a rozvíjí chuť o vzdělávání se v tomto oboru.

Světová kuchyně tvoří samostatnou podkapitolu, ve které se můžeme dozvědět o hlavních surovinách a koření, které jsou pro danou lokalitu typické. Turisté si pak vybírají takové destinace, které jsou atraktivní z hlediska originality gastronomie. Země, které jsou kolébkou gastronomie, nebo mají určitý potenciál nabídnout nevšední gastronomické aktivity, jsou ještě více podpořeny celebritami kuchařských mistrů. Ti při přípravách pokrmů nezapomínají na reprezentaci jednotlivých zemí. Následujícím faktorem rozvoje gastronomie je asociace WFTO (World food travel organisation) působící od roku 2003. Přímo se zabývá cestováním za gastronomií a pomáhá rozvíjet potenciál tohoto oboru. Ostatní faktory rozvoje jsou i další asociace, které jsou zmíněny v bakalářské práci. Poznamenejme, že k nim patří festivaly a projekty, kupříkladu Ochutnejte Českou republiku nebo Stezky dědictví.

Zpracováním bakalářské práce jsem se obohatila o spoustu nových a zajímavých informací. Poznala jsem malebné kouty naší země, které nabízejí nejen přírodní krásu, ale díky své historii si uchovávají své tradice, které jsou využívány jako turistické atrakce a přitahují tak spoustu zvědavých návštěvníků. A pokud se spojí historie navíc ještě s gurmánským zážitkem, umocní se touha po příštích toulkách naší krásnou vlastí s chuťovými pohárky v ústech.

Praktickou část jsem navrhla tak, aby zahrnovala proces sestavení zájezdu od zvolení dané tematiky zájezdu, vytvoření itineráře a programu na jednotlivé dny až

po propagaci zájezdu a tím oslovení segmentu klientů. Dále je součástí sestavení zájezdu určení zpětné vazby dotazníkovou formou, abychom získali názor účastníků jejich spokojenosti se službami naší CK. Součástí příloh jsou kromě zmíněného dotazníku i fotky jednotlivých objektů, které jsou součástí poskytovaných služeb při zájezdu. Dále jsou to mapky, na kterých je zvýrazněna celková trasa zájezdu i trasy na jednotlivé dny.

Balíček nabízených služeb je navržen tak, aby odpovídal cílové skupině účastníků, kteří touží po zážitkové gastronomii, neboli slow food a místních tradicích, které se váží ke stravovacím zvyklostem. Zároveň však zájezd nabízí i odpočinek v podobě pivních lázní, wellness procedur, nebo procházku vinicí, Lednicko – Valtickým areálem či malebným městem Mikulov.

Má práce splnila vytyčený cíl, kterým bylo získání zajímavých poznatků o trendu, jenž je cestování za gastronomií, které jsem dokázala užítkovat při tvorbě tohoto tematického zájezdu. Domnívám se, že program zájezdu je pestrý a zajímavý a byl by konkurenceschopný mezi nabídkami jiných CK, které se orientují na tuto formu zájezdů.

Seznam použité literatury

Odborná kniha

- [1] BRIGGS, Susan. *Successful Tourism Marketing*. 2. vyd. Vydavatel: Kogan Page, 2001. ISBN: 9780749434694.
- [2] BUREŠOVÁ, Pavla, Blanka, ZIMÁKOVÁ. *Gastronomické služby – servis*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 2008. ISBN 978-80-86578-86-6.
- [3] DUDÁK, Vladislav. *Putování vinařským krajem: průvodce Moravskou vinařskou oblastí*. Praha: Práh, 2011. ISBN 978-80-7252-324-5.
- [4] FREEDMAN, Paul. *Jídlo dějiny chuti*. Praha: Mladá fronta, 2008. ISBN 978-80-204-1847-0.
- [5] HABARTOVÁ et al. *Statistická ročenka České republiky 2012*. Praha: Dragon Press s. r. o, 2012. ISBN 978-80-250-2253-5.
- [6] ILINA Elena. *Turistický trh a základy operátorů*. Praha: Darnika, 2006. ISBN: 80-239-7112-3.
- [7] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing a.s., 2009 ISBN 978-80-247-4209-0
- [8] KUNEŠOVÁ, Eva, Blanka FARKOVÁ. *Technika zahraničních zájezdů*. Praha: Idea servis, 2001. ISBN 80-85970-33-3
- [9] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-37-9.
- [10] ORSÁKOVÁ, Štěpánka, Eva, OBŮRKOVÁ. *Kudy z nudy: nejlepší výlety v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*. Brno Computer Press, 2009. ISBN: 978-80-251-2418-5.
- [11] ORSÁKOVÁ, Štěpánka, Eva, OBŮRKOVÁ. *Ochutnejte Českou republiku*. Brno: B4U, 2010. ISBN 978-80-87222-12-6.

- [12] POŽÁROVÁ, Lenka. *Jak jsem proje(d)la svět*. Praha: O.O.T.B. Solutions, 2010. ISBN 978-80-87152-06-5.
- [13] RAIL, Evan. *Good Beer Guide Prague & the Czech Republic*. Anglie: Camra, 2008. ISBN: 978-1852492335.
- [14] RÁKOSNÍKOVÁ, Jitka. *Česká domácí kuchařka: Díl II*. Praha: Mladá fronta, 2011. ISBN 978-80-204-2337-5.
- [15] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch soubor studijních materiálů*. 2. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [16] SYSEL, Jiří. *Cestovní kancelář, cestovní agentura a informační středisko v cestovním ruchu*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 2010. ISBN 978-80-87411-07-0.
- [17] WAHLA, Arnošt. *Obecná geografie cestovního ruchu*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2010. ISBN 978-80-7375-381-8.
- [18] ZELENKA, Josef, Martina PÁSKOVÁ. *Cestovní ruch výkladový slovník*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, a.s., 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.
- [19] ZÝBR, Věnek. *Velká kniha piva: vše o pivu*. Olomouc: Rubico, 2005. ISBN 80-7346-054-8.

Elektronické dokumenty

- [20] AGENTURA CZECHTOURISM. *CzechTourism.cz* [online]. [cit. 2012-21-11]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- [21] AGENTURA CZECHTOURISM. *CzechTourism.cz* [online]. [cit. 2012-21-11]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/tiskove-zpravy/soutez-ceny-kudy-z-nudy-2012-startuje.htm>

- [22] AKTUALITY Z CESTOVNÍHO RUCHU. *Tourist.cz*. [online]. [cit. 2012-23-11].
Dostupné z: <http://www.tourism-review.cz/obliba-kulinarske-turistiky-roste-news3184>
- [23] ASOCIACE SOMMELIERŮ ČR. *Sommeliers.cz* [online]. [cit. 2013- 8-1].
Dostupné z: <http://www.sommeliers.cz>
- [24] ASOCIACE HORELŮ A RESTAURACÍ. *Ahracr.cz* [online]. [cit. 2013-8-1].
Dostupné z: <http://www.ahracr.cz/cz/ochutnejte-ceskou-republiku-czech-specials>
- [25] CESTOVNÍ KANCELÁŘ. *Mnamtour.cz* [online]. [cit. 2013-8-1]. Dostupné z:
<http://www.mnamtour.cz/o-nas>
- [26] COT BUSINESS. *Cot.cz*. [online]. [cit. 2012-26-11].
Dostupné z: <http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040812990>
- [27] CZECH SPECIALS. *Czechspecials.cz*. [online]. [cit. 2013-3-1].
Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/>
- [28] CZECH SPECIALS. *Czechspecials.cz*. [online]. [cit. 2013-4-1]. Dostupné z:
<http://www.czechspecials.cz/dobrou-chut-cesko/>
- [29] ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA. *Cnb.cz* [online]. [cit. 2013-8-2].
Dostupné z: http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/konference_projevy/vystoupeni_projevy/download/barta_20090902_cestovni_ruch.pdf
- [30] ČESKÁ REPUBLIKA. *Czech.cz* [online]. [cit. 2013-8-1]. Dostupné z:
<http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Zivotni-styl-v-CR/Gastronomie/Ceska-gastronomie>
- [31] ČESKÁ REPUBLIKA. *Czech.cz* [online]. [cit. 2013-8-1]. Dostupné z:
<http://www.czech.cz/cz/Objevte-CR/Zivotni-styl-v-CR/Tradice/Vino-a-vinarske-oblasti-v-Ceske-republice>

- [32] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Czso.cz* [online]. [cit. 2013-9-1].
Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/zmeny_ve_strukture_jednotlivych_sekci_a_oddilu_ve_srovnani_dle_ohec_a_cz_nace
- [33] ČESKÝ SVAZ ZPRACOVATELŮ MASA. *Czsm.cz*. [online]. [cit. 2013-3-1].
Dostupné z: <http://www.cszm.cz/clanek.asp?typ=5&id=593>
- [34] EUROPEAN CENTRE FOR ECOLOGY AND TOURISM. *Eceat.cz*. [online]. [cit. 2013-4-1]. Dostupné z: <http://www.eceat.cz/>
- [35] FINANČNÍ NOVINY. *Financninoviny.cz* [online]. [cit. 2013-9-1]. Dostupné z: <http://www.financninoviny.cz/zpravy/mzdy-v-pohostinstvi-a-hotelnictvi-loni-vzrostly-o-1-7-procenta/776572>
- [36] GASTRONOMIE V ČR. *Tourism.cz* [online]. [cit. 2012-4-1]. Dostupné z: <http://www.tourism.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=115518>
- [37] GASTRO NEWS. *Gastronews.cz* [online]. [cit. 2011-26-11]. Dostupné z: <http://hlavni-zpravy.gastronews.cz/francouzska-kuchyne>
- [38] GORDON RAMSAY. *Gordonramsay.com* [online]. [cit. 2012-22-11]. Dostupné z: <http://www.gordonramsay.com/chef-gordon/>
- [39] GRAND RESTAURANT FESTIVAL. *Grandrestaurantfestival.cz* [online]. [cit. 2011-8-1]. Dostupné z: <http://www.grandrestaurantfestival.cz/o-festivalu>
- [40] INDONESIE. *Indonesie.orbion.cz* [online]. [cit. 2012-26-11]. Dostupné z: <http://indonesie.orbion.cz/stat/pruvodce/jidlo-a-piti-2476/>
- [41] INFORMACE O CESTOVÁNÍ. *Icesty.cz* [online]. [cit. 2012-26-11]. Dostupné z: <http://www.icesty.cz/cinska-kuchyne/>
- [42] JAMIE OLIVER. *Lidovky.cz* [online]. [cit. 2012-22-11]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/jamie-oliver-bojuje-proti-obezite-uci-australany-jak-zdrave-jist-phr-/dobra-chut.asp?c=A101110_094304_dobra-chut_glu
- [43] MALAJSIE. *Malajsie.cz* [online]. [cit. 2012-26-11]. Dostupné z: http://www.malajsie.cz/zeme_kapitola.php?idZeme=140&Klic=1241

- [44] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Mmr.cz* [online]. [cit. 2012-23-11]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Ministerstvo/Ministerstvo>
- [45] NEJLEPŠÍ GASTRONOMICKÉ VELMOCE. *Lonelyplanet.com* [online]. [cit. 2012-26-11]. Dostupné z: <http://www.lonelyplanet.com/japan/travel-tips-and-articles/76220>
- [46] NEZÁVISLÝ PRŮVODCE RESTAURACEMI V ČR. *Grandrestaurant.cz* [online]. [cit. 2011-7-1]. Dostupné z: <http://www.grandrestaurant.cz/o-publikaci>
- [47] NEZÁVISLÝ PRŮVODCE RESTAURACEMI V ČR. *Grandrestaurant.cz* [online]. [cit. 2011-7-1]. Dostupné z: <http://www.grandrestaurant.cz/statistika>
- [48] NEZÁVISLÝ PRŮVODCE RESTAURACEMI V ČR [online]. *Grandrestaurant.cz* [cit. 2011-7-1]. Dostupné z: <http://www.grandrestaurant.cz/top-10-absolutne>
- [49] NEZÁVISLÝ PRŮVODCE RESTAURACEMI V ČR. *Grandrestaurant.cz* [online]. [cit. 2013-6-1]. Dostupné z: <http://www.grandrestaurant.cz/restaurace-detail/jelinkova-vila-hotel>
- [50] NEZISKOVÁ ORGANIZACE PRO ROZVOJ KULINÁŘSKÉ TURISTIKY. *Ontarioculinary.com* [online]. [cit. 2012-21-11]. Dostupné z: <http://ontarioculinary.com/resources/culinary-tourism-101>
- [51] ODBORNÝ PORTÁL PRO GASTRONOMII. *Gastrotrend.cz* [online]. [cit. 2013-8-1]. Dostupné z: <http://www.gastrotrend.cz/7-rubriky-clanky/4-pivo/2658-nejlepsi-pivo-v-praze.htm>
- [52] POZNÁVEJTE ČESKOU REPUBLIKU. *Kudyznudy.cz* [online]. [cit. 2013-8-1]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Cesta-piva-vede-do-pivovaru-Dalesice---pivovaru-fi.aspx>
- [53] STEZKY DĚDICTVÍ. *Gastro.eceat.cz* [online]. [cit. 2013-8-1]. Dostupné z: <http://gastro.eceat.cz/o-projektu/>
- [54] TURISTICKÝ MAGAZÍN, THAJSKO. *Turisimu.cz* [online]. [cit. 2012-23-11]. Dostupné z: <http://www.turisimo.cz/thajsko/informace/thajska-kuchyne>
- [55] UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION. *Silkroad.unwto.org* [online]. [cit. 2012-26-11]. Celosvětová zpráva o kulinářské turistice. Dostupné z: <http://silkroad.unwto.org/en/publication/unwto-am-report-vol-4-global-report-food-tourism-0>

[56] WORLD FOOD TRAVEL ASSOCIATION. *Worldfoodtravel.org* [online].

[cit. 2012-22-11]. Dostupné z: <http://worldfoodtravel.org/our-story/history-and-mission/>

Seznam zkratek

WFTA – The World Food Travel Association

ICTA – International Culinary Travel Associaton

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

AHR – Asociace hotelů a restaurací České republiky

HOTREC – Asociace hotelnictví a turismu

AKC – Asociace kuchařů a cukrářů České republiky

ASI – Mezinárodní asociace sommeliérů

CBA – Česká barmanská asociace

ECEAT – EUROPE CENTRE for Ecology and Tourism

OKEČ – odvětvová klasifikace ekonomických činností

ECEAT – Europe Centre for Ecoloty and Tourism

CR – cestovní ruch

CK – cestovní kancelář

VW – Volkswagen

Seznam grafů

Graf 2. 1 – Turistický produkt	14
Graf 2. 2 – Marketing a propagace	15

Seznam tabulek

Tabulka 3.1 - Ukazatelé stravování a pohostinství (právnícké a fyzické osoby)	35
Tabulka 3.2 - Podíl cestovního ruchu na HDP (v %)	36
Tabulka 3.3 - Podíl CR na celkové zaměstnanosti (v %)	36
Tabulka 4.1 – Cestovní pojištění během tuzemského zájezdu.	41
Tabulka 4.2 - Itinerář zájezdu	45
Tabulka 4.3 - Nepřímé náklady na skupinu	48
Tabulka 4.4 - Přímé náklady na 1 osobu	49
Tabulka 4.5 - Výpočet ceny zájezdu pro 1 osobu	50

Seznam obrázků

Obrázek 2.1 – Japonská hostina kaiseki	20
--	----

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že:

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne 10. 5. 2013



Jméno a příjmení studenta

Přílohy

Příloha 1: Doprava

Příloha 2: Ubytování

Příloha 3: Stravování

Příloha 4: Mapy

Příloha 5: Dotazník spokojenosti klienta

Příloha 1: Doprava

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Volkswagen LT 35 TDI, 2006.	2
Obrázek 2 - Volkswagen LT 35 TDI, 2006.	2
Obrázek 3 – Rozložení sedadel.....	3
Obrázek 4 - Interiér.....	3

Obrázek 1 - Volkswagen LT 35 TDI, 2006.



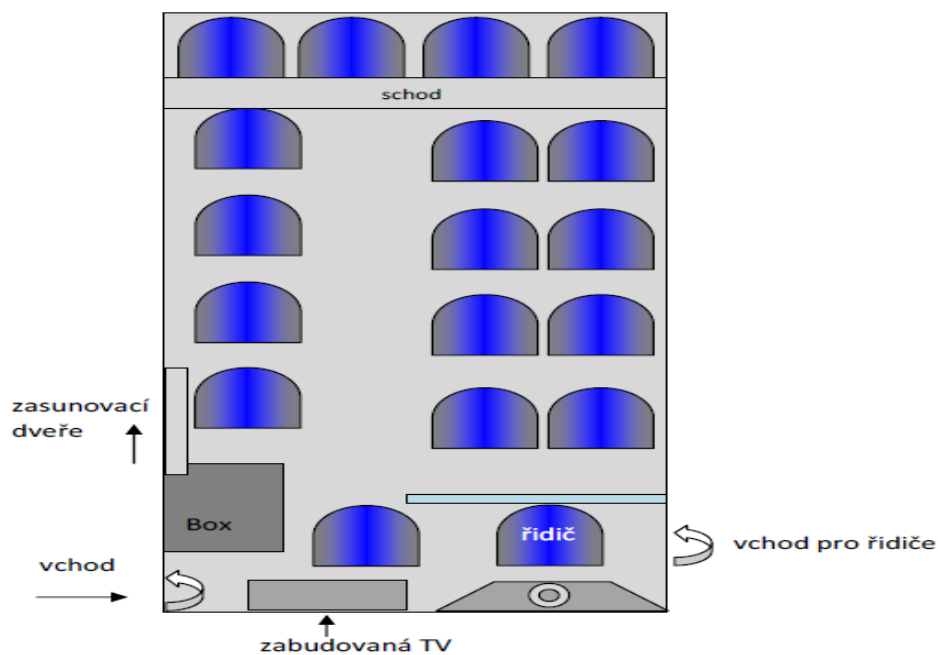
Obrázek 2 - Volkswagen LT 35 TDI, 2006.



Zdroj: [http://www.otokent.com.tr/otoilan/Volkswagen/lt/lt35tdi/170353-2006 model-Volkswagen-lt-lt35tdi.htm](http://www.otokent.com.tr/otoilan/Volkswagen/lt/lt35tdi/170353-2006-model-Volkswagen-lt-lt35tdi.htm)

Obrázek 3 – Rozložení sedadel

Autobus s kapacitou 17 osob + řidič



Obrázek 4 - Interiér



Zdroj: <http://www.otokent.com.tr/otoilan/Volkswagen/lt/lt35tdi/170353-2006-model-Volkswagen-lt-lt35tdi.html>

Příloha 2: Ubytování

Seznam obrázků

Obrázek 5. - vinařství U Kapličky	5
Obrázek 6 - třílůžkový pokoj	5
Obrázek 7. - hotel Sladovna****	5
Obrázek 8. - hotel Sladovna****	5

Obrázek 5. - vinařství U Kapličky



Obrázek 6. – třílůžkový pokoj



Zdroj: <http://www.vinarstviukaplicky.cz/d334-ubytovani-vinarstvi.html>

Obrázek 7. - hotel Sladovna****



Obrázek 8. - hotel Sladovna****



Zdroj: http://www.hotel-sladovna.cz/cs_CZ/leve-menu/fotogalerie/hotelsladovna/

Příloha 3: Stravování

Seznam obrázků

Obrázek 9. – Hotel Happy Star	7
Obrázek 10. – Hotel Happy Stars	7
Obrázek 11. - Moravský sklípek vinařství U Kapličky	7
Obrázek 12. - Catering v zámecké zahradě	7
Obrázek 13. - Křížový sklípek	8
Obrázek 14. – Restaurace Retro Gril	8
Obrázek 15. – Restaurace Stará Pošta	9
Obrázek 16. – Šenk u Prokuristy	9
Obrázek 17. - Jelínkova Vila	9
Obrázek 18. - Jelínkova Vila	9
Obrázek 19. – restaurace Sladovna	9

Obrázek 9. – Hotel Happy Star



Obrázek 10. – Hotel Happy Stars



Zdroj: <http://www.hotelhappystar.cz/ubytovani/fotky/>

**Obrázek 11. - Moravský sklípek
vinařství U Kapličky**



Zdroj: <http://www.vinarstviukplicky.cz/d290-moravsky-sklipek.html>

**Obrázek 12. - Catering v zámecké
zahradě**



Zdroj: [http://www.restaurace onyx lednice.cz/galerie/catering#!lightbox\[p\]/16/](http://www.restaurace onyx lednice.cz/galerie/catering#!lightbox[p]/16/)

Obrázek 13. - Křížový sklípek



Zdroj: <http://www.vinarstvivolarik.cz>

Obrázek 14. – Restaurace Retro Gril



Zdroj: <http://www.vinarstviukaplicky.cz/d-16-restaurace-retro-gril.html>

**Obrázek 15. – Restaurace
Stará Pošta**



Zdroj: <http://www.staraposta.cz/restaurace-brno/>

Obrázek 16. – Šenk u Prokuristy



Zdroj: http://www.hotel-sladvna.cz/cs_CZ/leve-menu/gastronomie/

Obrázek 17. – Jelínkova Vila



Zdroj: <http://www.jelinkovavila.cz/cs/restaurace>

Obrázek 18. – Jelínkova Vila



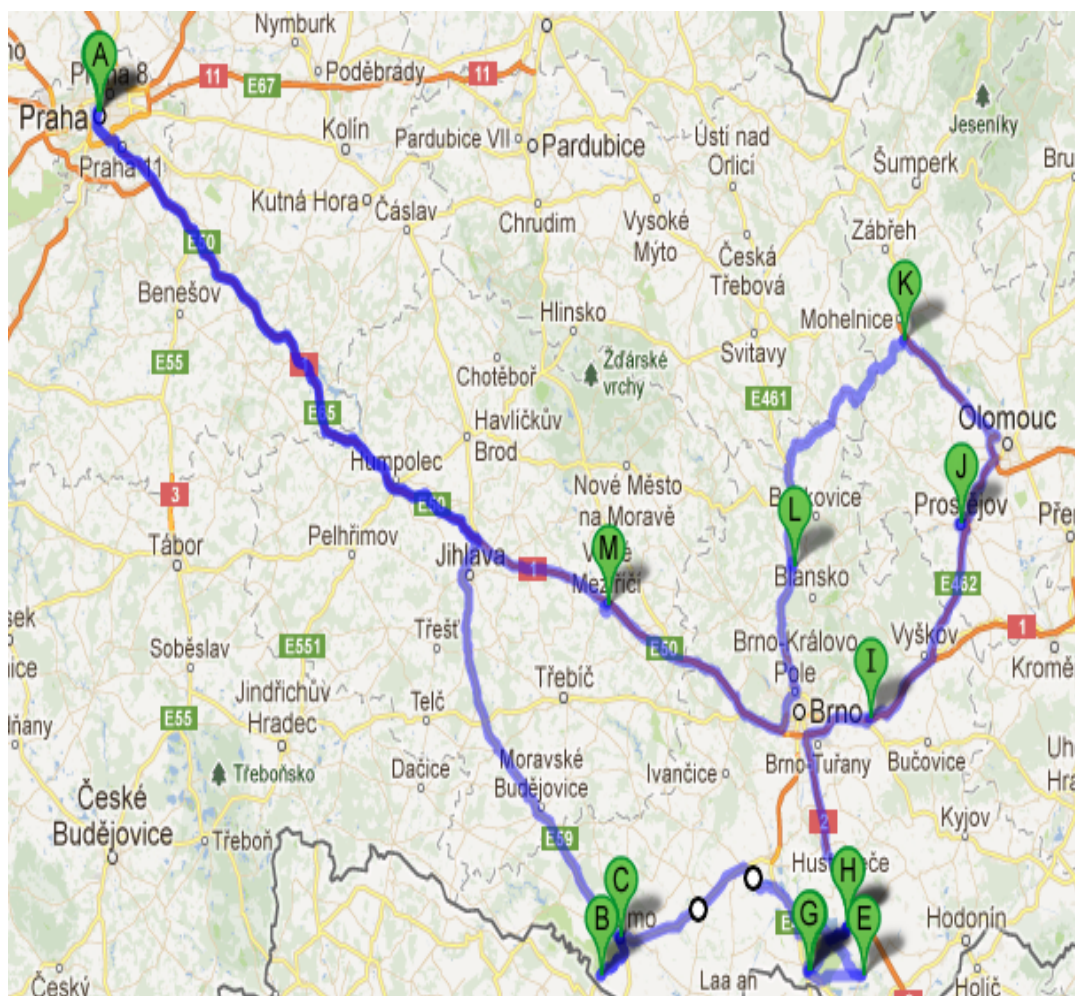
Obrázek 19. – restaurace Sladovna



Zdroj: http://www.hotel-sladvna.cz/cs_CZ/leve-menu/gastronomie/

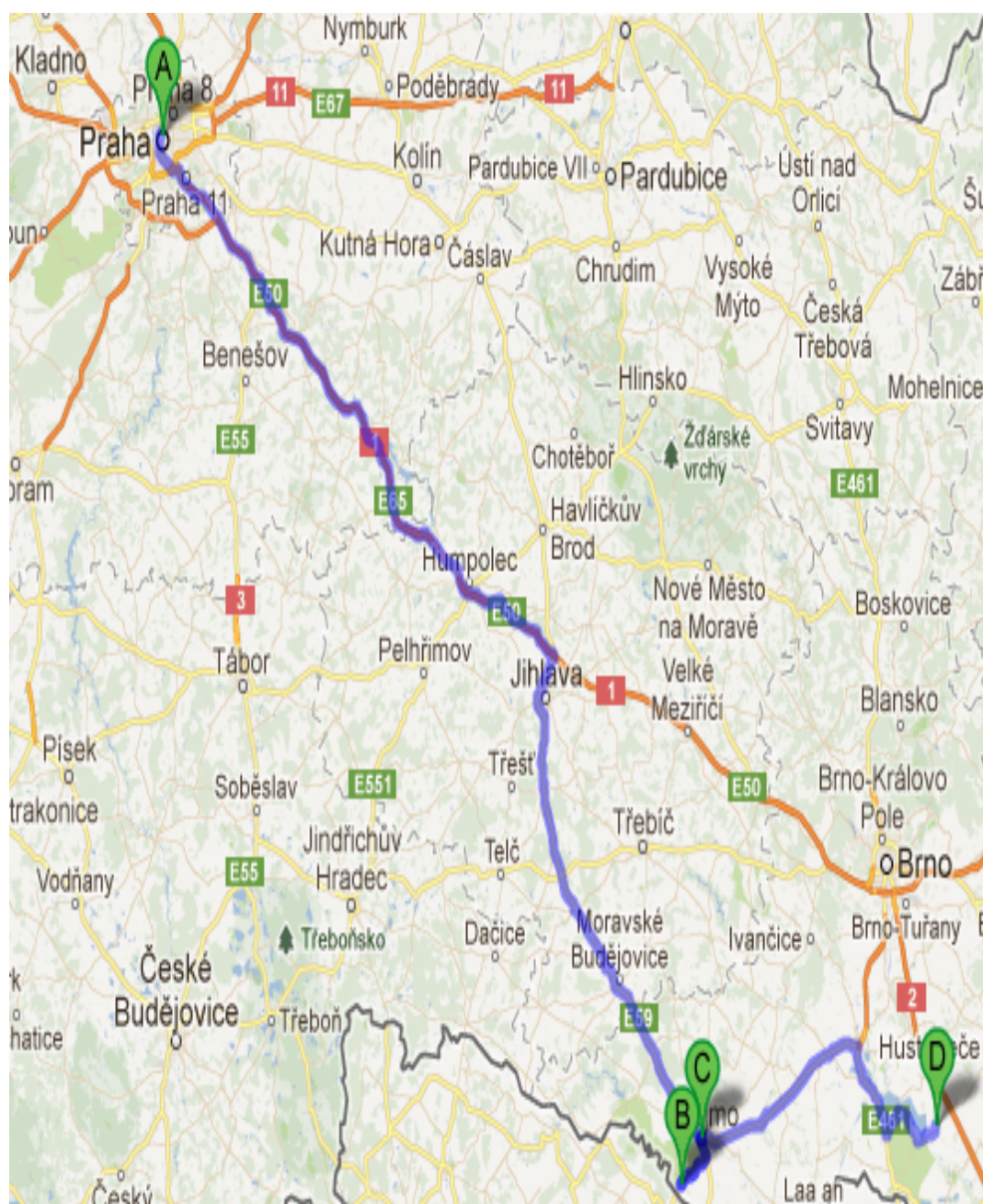
Příloha 4: Mapy

Celková trasa zájezdu



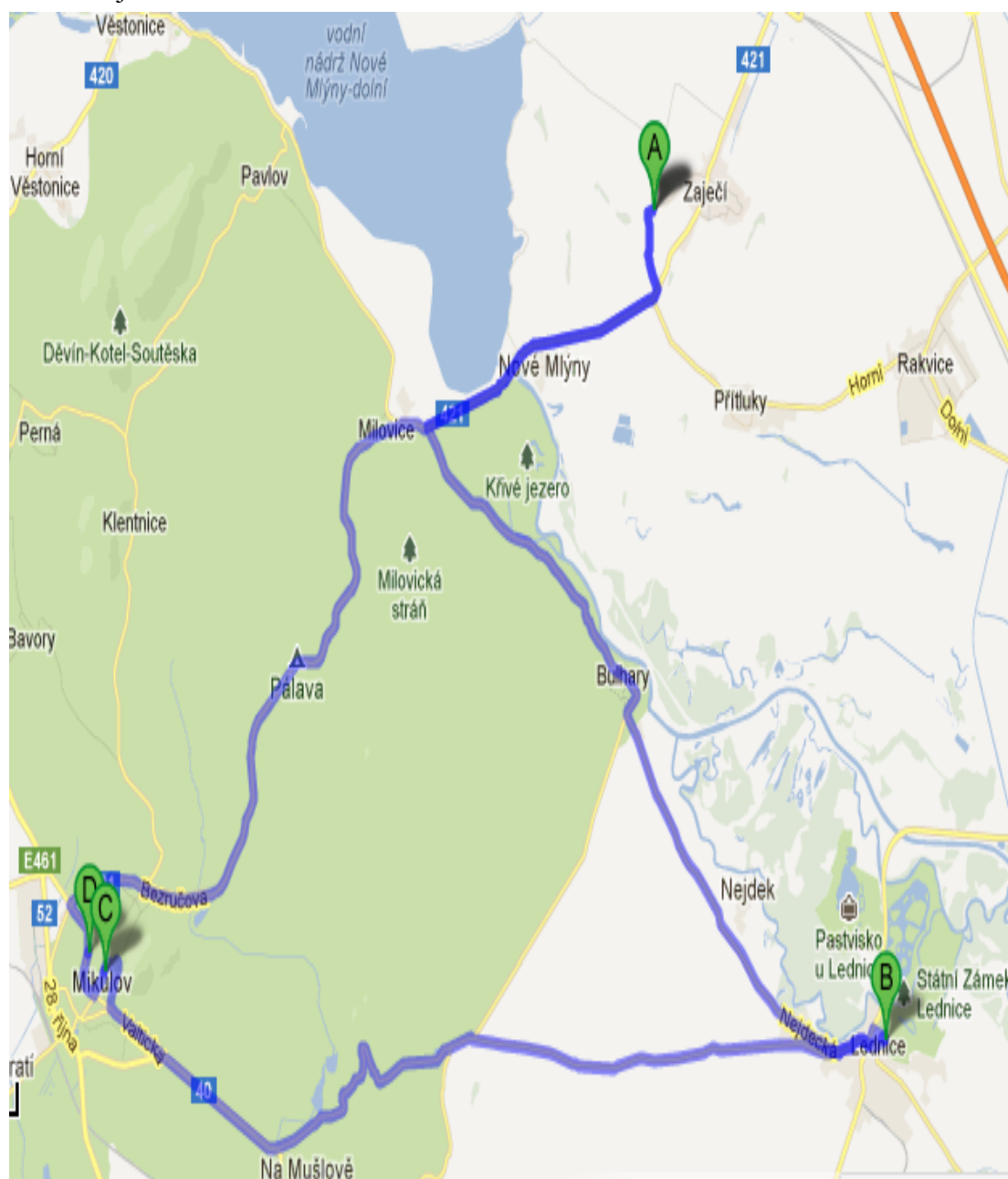
A	Praha hlavní nádraží, Wilsonov, Praha
B	Znojmo, Hranice 111
C	Slepičí trh, Znojmo
D	Vinařská 484 691 05 Zaječí
E	Zámecké náměstí 68 691 44 Lednice
F	Mikulov náměstí
G	22. dubna Mikulov
H	Vinařská 484 691 05 Zaječí
I	Kovalovice Stará Pošta 109, 683 01 Rousínov
J	Dykova 4260/8 796 01 Prostějov
K	Palackého 4, 798 83 Loštice
L	Černá Hora 3/5 679 21
M	Třebíčská 342 /10 594 01 Velké Meziříčí
N	Praha hlavní nádraží, Wilsonov, Praha

1. den zájezdu



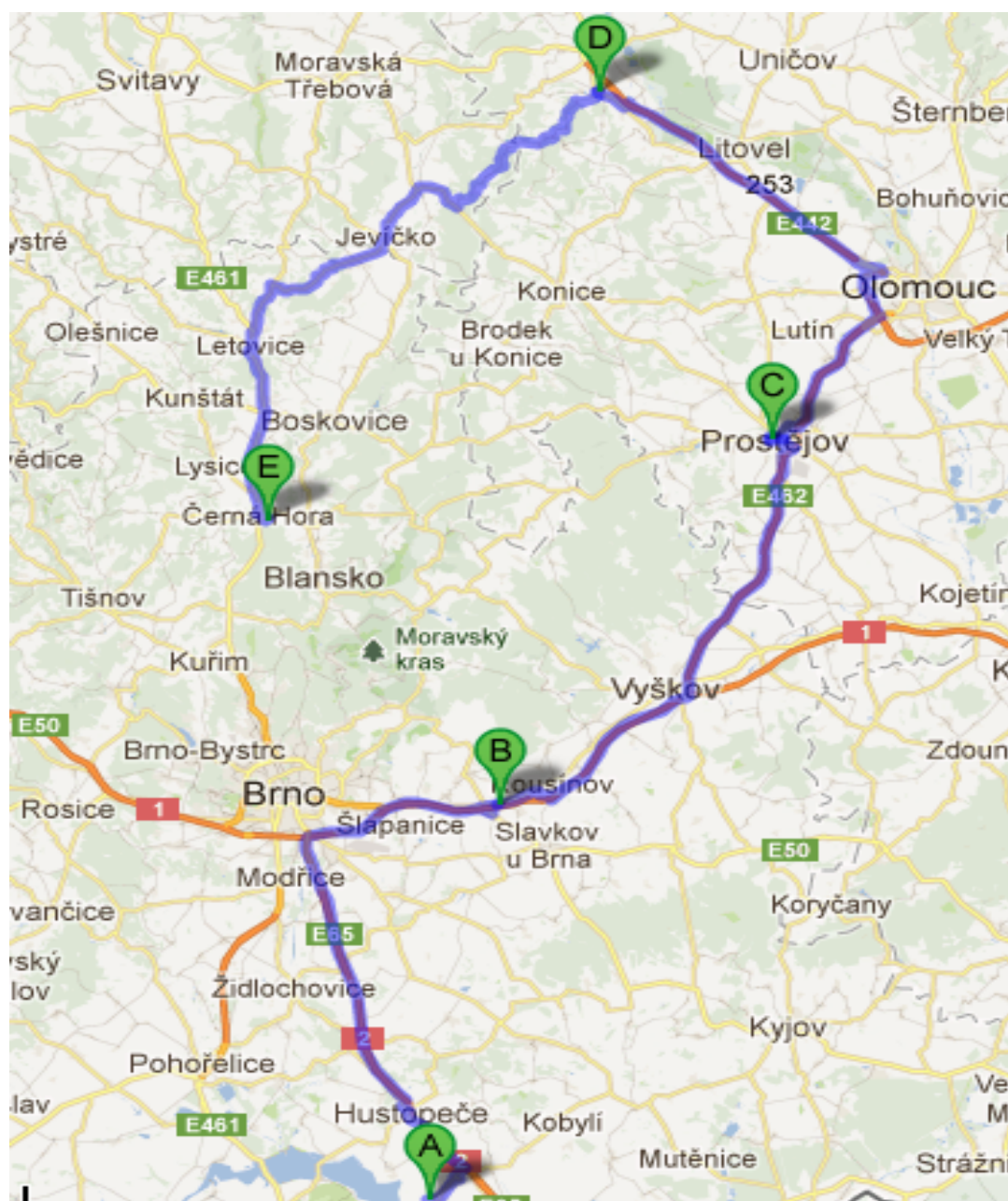
- | | |
|----------|---|
| A | Praha hlavní nádraží, Wilsonov, Praha |
| B | Hotel Happy Star, Hotel Happy Star Znojensk |
| C | Slepičí trh, Znojmo |
| D | Vinařská 484, Zaječín |

2. den zájezdu



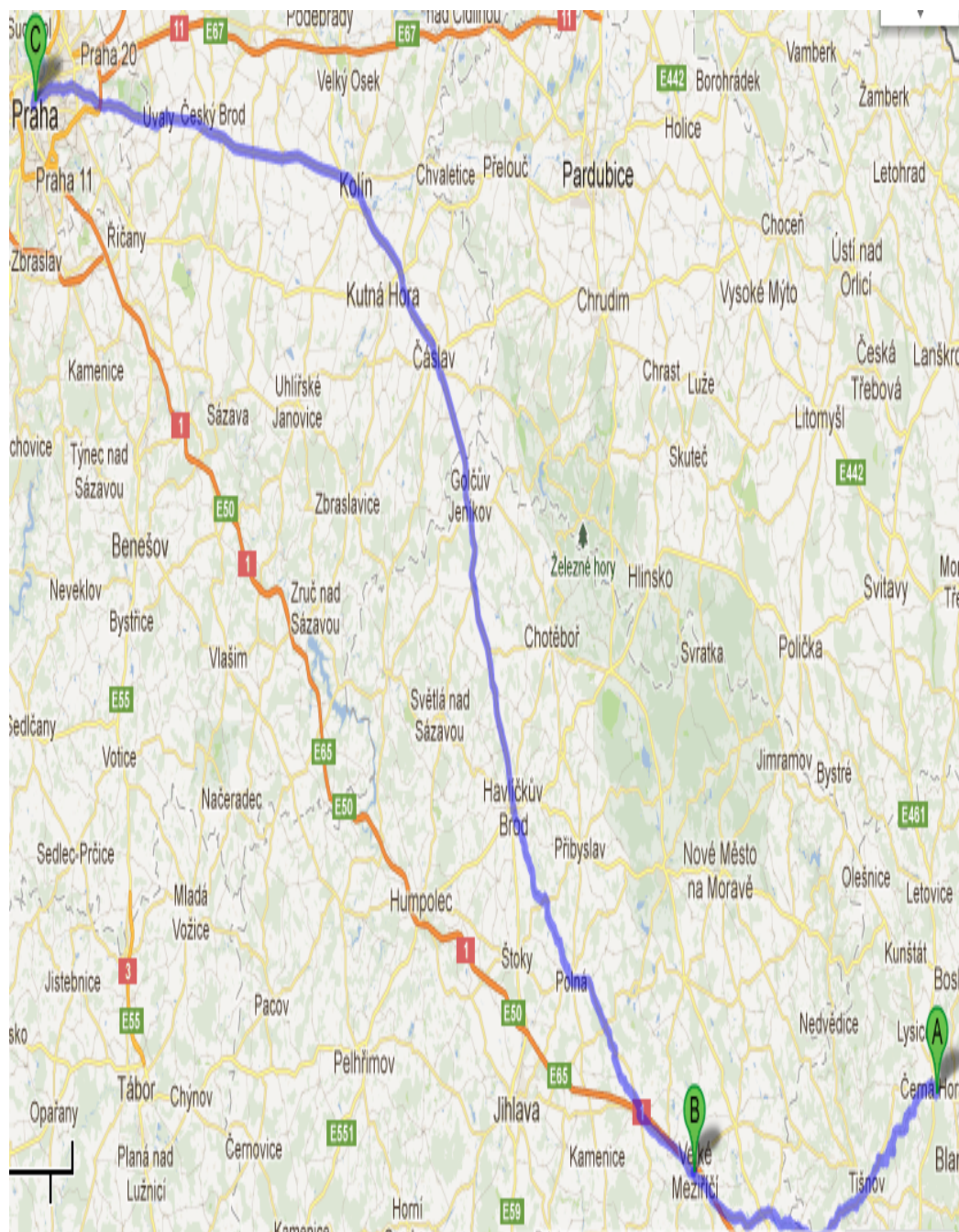
- | | |
|----------|-----------------------------|
| A | Vinařská 484, 691 05 Zaječí |
| B | Zámecké náměstí 68, Lednice |
| C | Náměstí, Mikulov |
| D | 22. dubna, Mikulov |
| E | Vinařská 484, Zaječí |

3. den zájezdu



- | | |
|----------|---|
| A | Vinařská 484, 691 05 Zaječí |
| B | Kovalovice Stará Pošta 109, 683 01 Rousínov |
| C | Dykova 4260/8, Prostějov |
| D | Palackého 57/4, Loštice |
| E | Černá Hora 3/5 679 21 |

4. den zájezdu



- A** Černá Hora 3/5 679 21
- B** Třebíčská 342/10, Velké Meziříčí
- C** Praha hlavní nádraží, Wilsonov, Praha

Příloha 5: Dotazník spokojenosti zákazníka

Vážené dámy a pánové,

děkujeme, že jste se zúčastnili našeho zájezdu. Doufáme, že se vám výlet s naší cestovní kanceláří líbil a nyní bychom vás chtěli požádat o vyplnění následujícího dotazníku v zájmu zkvalitnění našich služeb.

- | | |
|---|---|
| 1. Pohlaví: | 6. Jak hodnotíte program zájezdu? |
| a. žena | a. velmi spokojen/a |
| b. muž | b. spokojen/a |
| | c. nespokojen/a |
| | d. velmi nespokojen/a |
| 2. Věk: ... | |
| | |
| 3. Jde o Váš první zájezd tohoto typu? | 7. Jak jste byl/a spokojena s průvodkyní? |
| a. ano | a. velmi spokojen/a |
| b. ne | b. spokojen/a |
| | c. nespokojen/a |
| | d. velmi nespokojen/a |
| 4. Jde o Váš první zájezd tohoto typu s naší společností? | |
| a. ano | |
| b. ne | |
| | 8. Jak hodnotíte zajištěné stravování? |
| 5. Jak hodnotíte služby dopravy? | a. velmi spokojen/a |
| a. velmi spokojen/a | b. spokojen/a |
| b. spokojen/a | c. nespokojen/a |
| c. nespokojen/a | d. velmi nespokojen/a |
| d. velmi nespokojen/a | |

9. Jak hodnotíte ubytování?

- a. velmi spokojen/a
- b. spokojen/a
- c. nespokojen/a
- d. velmi nespokojen/a

10. Jaký typ ubytování preferujete?

- a. hotel
- b. penzion
- c. apartmán
- d. jiné:

11. Co si myslíte o délce zájezdu?

- a. vyhovující
- b. krátká, přivítal/a bych vícedenní zájezd
- c. přivítal/a bych ménědenní zájezd

12. Co jste od zájezdu očekával/a?

- a. Poznání tradiční gastronomie
- b. odpočinek a nové zážitky

c. seznámení se s lidmi se stejnými zájmy

d. jinak.....

13. Jak jste se dozvěděli o naší cestovní kanceláři?

- a. Internet
- b. Televize
- c. Noviny, časopisy
- d. Známí
- e. Jinak.....

14. Která kulinářská země je pro Vás nejvíce atraktivní?

.....

15. V jaké cenové relaci by se podle Vás měl tento typ zájezdu pohybovat?

- a. do 5 000 Kč
- b. 5 000 – 10 000 Kč
- c. 10 000 – 20 000 Kč
- d. jiná

16. Celková spokojenost:

- a. velmi spojen/a
- b. spokojen/a
- c. nespokojen/a
- d. velmi nespokojen/a

17. Zúčastnil/a byste se dalšího zájezdu?

a. ano

b. ne

18. Návrhy a doporučení, popř. stížnosti:

.....

Děkujeme Vám za vyplnění dotazníku.